

UNIVERSIDAD PRIVADA ANTENOR ORREGO
ESCUELA DE POSTGRADO
SECCIÓN DE POSGRADO DE ADMINISTRACIÓN



**DISEÑO DE UNA RED DE VINCULACIÓN ENTRE EMPRESARIOS,
UNIVERSIDADES Y ORGANIZACIONES DEL ESTADO PARA EL
FORTALECIMIENTO DEL DESARROLLO EMPRENDEDOR DE LA
PROVINCIA DE MANABÍ.**

TESIS PARA OBTENER EL GRADO DE DOCTOR EN ADMINISTRACIÓN

AUTORA:

NILBA PRISCILA FEIJÓ CUENCA

ASESORA:

DRA. LUCERO UCEDA DÁVILA

TRUJILLO, PERÚ

2014

DEDICATORIA

Entrego este logro al gestor de mis días, confidente, guía inseparable y amigo que nunca falla: Dios.

A mis padres Miguel Feijó Zambrano (+) y Orfilia Cuenca Saltos (+), por su dedicación, paciencia y amor infinito, por enseñarme que no hay nada mejor que el ejemplo para educar y transmitir valores.

A mis princesas: Rosalía y Simone, regalos de Dios, fuentes de ternura infinita, complemento de mi existencia, ilusión de mi vivir.

Priscila Feijó Cuenca

AGRADECIMIENTOS

Mi sincero reconocimiento a las autoridades de la Universidad Privada Antenor Orrego, a los directivos de la unidad de posgrados y a cada uno de los facilitadores de los módulos del Doctorado en Administración; por la acogida recibida, por hacernos sentir como en casa y por enriquecer a través de enseñanzas motivadoras y significativas, nuestra formación académica y profesional.

Especial aprecio y consideración a la Dra. Lucero Uceda Dávila, quien con dedicación y ahínco orientó de manera acertada el trabajo investigativo, siendo además el ángel que motivó e impulsó cada esfuerzo hacia la consecución de este propósito.

A mis hijas por esperar con calma y sobrellevar mis ausencias durante los años de estudio en el doctorado. A mi hermano Tito Feijó Cuenca, compañero de viajes y de aula, apoyo fundamental para llegar a este escaño que perenniza el esfuerzo y la constancia, orientada al logro profesional.

Mi reconocimiento eterno a los compañeros de Jipijapa por apoyarme en los momentos de dificultad y a los compañeros peruanos por mostrarme su don de gente y la calidez de su país, mi gratitud y un pedacito de mi corazón se quedan en Trujillo, ciudad hospitalaria que me acogió y se volvió mi hogar durante los períodos de estudio.

A todos, gracias!

Priscila Feijó Cuenca

RESUMEN

La tesis doctoral se desarrolla sobre la base teórica del modelo de la triple hélice, cuyos principales expositores son Etzkowitz y Leydesdorff. Bajo esta premisa la investigación centró su objetivo en diseñar una red de vinculación entre empresarios, universidades y organizaciones del estado, para el fortalecimiento y desarrollo de un sector importante para el despunte de la matriz productiva ecuatoriana, los emprendedores de la provincia de Manabí, Ecuador. La fundamentación teórica, además de centrar su atención en varios aciertos del modelo, consideró el análisis del entorno, de la universidad, la empresa y los esfuerzos del gobierno para promover el emprendimiento. La metodología empleada y la aplicación de técnicas como la encuesta, revisión documental, bibliográfica y validación de expertos, conllevó hacia la validación de las hipótesis planteadas y fue posible a través del proceso investigativo, definir conclusiones valiosas, para vislumbrar la idoneidad y validez de la propuesta planteada, enfatizándose por medio del estudio doctoral la verdadera contribución que generará la instauración de una red de vinculación en la provincia de Manabí.

Palabras Clave:

Triple hélice, vinculación, universidad, empresa, gobierno

ABSTRACT

The dissertation is developed based on the theoretical model of the triple helix, the main speakers are Etzkowitz and Leydesdorff. Under this premise, objective research focused on designing a network of links between business, universities and state organizations for the strengthening and development of a significant blunting of the Ecuadorian production matrix sector entrepreneurs in the province of Manabi, Ecuador. The theoretical foundation, in addition to focus on several hit model, considered the environmental analysis, the university, business and government efforts to promote entrepreneurship. The methodology employed and the application of techniques such as survey, document review, literature and validation of experts, led to the validation of the assumptions made and was made possible through the research process, define valuable conclusions to discern the appropriateness and validity of the proposed approach, emphasizing through doctoral study the real contribution that will generate the creation of a network linking the province of Manabi.

Keywords:

Triple helix, connection, university, industry, government.

ÍNDICE DE CONTENIDO

CAPÍTULO I:	1
1. INTRODUCCIÓN	2
1.1. Antecedentes del problema	2
1.2. Planteamiento del problema.....	3
1.3. Justificación del problema.....	6
1.4. Formulación del problema	8
1.5. Hipótesis:	8
1.5.1. Hipótesis general.....	8
1.5.2. Hipótesis específicas	8
1.6. Objetivos	8
1.6.1. Objetivo general	8
1.6.2. Objetivos específicos	9
1.7. Material y procedimientos.....	9
1.7.1. Material.	9
1.7.2. Procedimientos.....	10
1.8. Diseño de investigación.	11
1.9. Operacionalización de las variables.....	13
1.10. Método de análisis de la información.	16
CAPITULO II:	17
2. MARCO TEÓRICO.....	18
2.1. Investigaciones relacionadas con el estudio.....	18
2.2. Bases teórico – científico	20
2.2.1. Red de vinculación entre empresarios, universidades y organizaciones del Estado.....	20
2.2.2. Modelo de la triple hélice.....	21
2.2.3. Fortalecimiento del Desarrollo Emprendedor	52
2.3. Definición de términos básicos	57
2.3.1. Triple Hélice.....	57
2.3.2. Universidad	58
2.3.3. Empresa.....	58
2.3.4. Estado.....	60

2.3.5. Emprendimiento.....	60
CAPITULO III:.....	61
3. RESULTADOS.....	62
3.2. Análisis y discusión de los resultados.....	71
CAPITULO IV:.....	75
4. PROPUESTA.....	76
4.1.1. Propuesta para el desarrollo provincial.....	76
4.1.2. Objetivos.....	76
4.1.2.3. Importancia.....	76
4.1.3. Beneficiarios de la Propuesta.....	77
4.1.4. Factibilidad.....	77
4.1.5. Descripción de la propuesta.....	79
4.2.6. Impacto.....	86
4.2.7. Evaluación.....	86
4.3. Conclusiones.....	87
BIBLIOGRAFÍA.....	89
ANEXOS.....	- 1 -
Anexo#1.....	- 2 -
Encuesta dirigida a emprendedores.....	- 2 -
Anexo#2.....	- 4 -
Emprendimientos encuestados en la provincia de Manabí.....	- 4 -
Anexo #3.....	- 18 -
Constancia de validación de expertos.....	- 18 -
Anexo #4.....	- 19 -
Matriz de relación problema, objetivos, hipótesis, variables.....	- 19 -

ÍNDICE DE TABLAS.

TABLAS:

Tabla 1.1. Marco metodológico de las etapas de la investigación con base en los objetivos	20
Tabla 3.1. Tipo de actividad empresarial a la que se dedican los emprendedores de la provincia.	71
Tabla 3.2. Tipo de emprendimiento de acuerdo a su constitución	73
Tabla 3.3. Número de personas que laboran en los negocios encuestados	74
Tabla 3.4. Organizaciones de las que reciben apoyo los emprendedores	75
Tabla 3.5. Formas de apoyo requeridas por los emprendedores	76
Tabla 3.6. Principales problemas a los que se enfrenta el emprendedor manabita....	77
Tabla 3.7. Consideran los emprendedores importante la vinculación de las universidades, las empresas y el Estado para fortalecer el desarrollo emprendedor...	79
Tabla 3.8. Temas en los que los emprendedores consideran deben ser capacitados...	80
Tabla 4.1. Caracterización del proceso fase de conformación de la Red.....	91
Tabla 4.2. Concertación y valoración de ideas de negocio emprendedores.....	92
Tabla 4. 3. Estrategias base para procesos de capacitación.....	94
Tabla 4. 4. Gestión para el financiamiento de emprendimientos.....	95

CAPÍTULO I:
INTRODUCCIÓN

1. INTRODUCCIÓN

1.1. Antecedentes del problema

Ecuador es un país pequeño pero rico en recursos y biodiversidad, su gente además de hospitalaria es trabajadora. Desde su constitución como república en mayo de 1830, se posicionó como país productor reconocido por la calidad en la producción de cacao, banano, flores y camarón; situación que cambió en la década de los setentas a raíz de la explotación de yacimientos de petróleo, cuando se observó una clara disminución de la producción agrícola, un crecimiento indiscriminado del aparato burocrático y de los cinturones de pobreza desencadenados con la migración de miles de agricultores hacia las ciudades en busca de mejores días para sus familias.

La producción petrolera ha sostenido la economía del país desde su utilización, sin embargo tiene una vida útil próxima a fenecer, lo que implica que el desarrollo sostenible de mecanismos de producción se constituye en la vía más idónea para la supervivencia del país y de las futuras generaciones.

Ante esta necesidad de articulación de mecanismos para una sostenibilidad económica y desarrollo futuro en la república ecuatoriana, se vislumbra la estrategia de gobierno que repunta hacia el impulso de la matriz productiva, donde se prioriza la generación de negocios asociativos, cooperativos y de unidades productivas; sin embargo, la mayoría de ecuatorianas y ecuatorianos cuya necesidad los encamina a la generación de negocios propios, carecen de conocimientos y habilidades básicas para administrar sus emprendimientos, con débil capacidad de pago para justificar una inversión esencial o solicitar préstamos a la banca. De esta manera los estándares exigidos, unidos a políticas tributarias y barreras gubernamentales, logran sobrepasar los requerimientos reales y poco se adaptan a las condiciones circundantes, forzando hacia la desaparición temprana de un sinnúmero de microempresas y obligando a estos microempresarios a migrar de actividad para reportar del algún modo ingresos para el hogar.

A nivel de país se ha tomado conciencia sobre la relevancia de ponderar el potencial de la matriz productiva a través de la articulación de las industrias básicas de desarrollo (petroquímica, metalúrgica, siderúrgica, minería y astillero), la capacitación del talento humano, y la inversión en investigación para generar innovación y desarrollo. No obstante, se debe despuntar paralelamente en actividades empresariales diversas a partir de la riqueza geográfica, climática y cultural que caracteriza a cada zona de nuestro país.

Para la provincia de Manabí, es innegable que la actividad emprendedora recibe atención tanto del gobierno como de la universidad y en una menor participación del sector empresarial; pero esos esfuerzos son divididos y no han dado los resultados esperados debido a que las universidades no están preparadas para asumir el rol de centros educativos emprendedores, y las organizaciones del estado se han limitado a actividades de capacitación con poca o nula medición de impacto; por su parte, la empresa, con indiferencia los procesos que desde los centros educativos y la organizaciones del estado se han venido realizando, pues su confianza en el sistema hoy por hoy ha decaído.

1.2. Planteamiento del problema

A pesar de la riqueza existente en el país y la provincia de Manabí, el despegue en el ámbito empresarial ha sido lento, pues nuestra sociedad aún no concibe la dimensión real de lo que significa el trabajo. Así como lo manifiesta Varela (2009), el empleo es solo una forma de trabajo del ser humano y las personas no siempre han sido empleadas o supeditadas a un patrono, pues desde siempre el mercado laboral ha sido reducido.

Desde el momento en que se produjo en nuestro país el cambio en el sistema productivo, la principal orientación al trabajo estuvo encaminada a la obtención de puestos de laborales en instituciones públicas o privadas, con la errónea concepción de que los estudios eran suficiente referencia para ocupar responsabilidades

destinadas a mandos medios o puestos gerenciales en una estructura jerárquica empresarial.

Sin embargo, al considerarse al empleo como escaso, es fundamental hoy más que nunca que la sociedad manabita se prepare para retomar el trabajo productivo, agrícola, turístico, pesquero, artesanal; el cual siempre ha sido y será abundante.

Al hacer una reflexión profunda sobre la situación actual del país, el Estado ha considerado la necesidad de instaurar nuevas opciones de formación profesional, destinadas a atender polos de desarrollo poco explorados en nuestro país, donde la ausencia de talento humano especializado es latente; incorporando además, un nuevo eje transversal a los procesos educativos a nivel primario, secundario y universitario: “el emprendimiento”.

La mayoría de los emprendimientos generados en la provincia de Manabí, se caracterizan por ser de tipo familiar e individual, muchos de ellos dedicados al comercio al por mayor y menor, industria manufacturera, actividades de alojamiento y servicios de comida rápida. (INEC, 2010)

De acuerdo a un estudio sobre Emprendimiento y Desarrollo publicado por Wilson Mariño Tamayo (2013), donde analiza las características de los emprendimiento, incluido el sector manabita; destaca que las principales fortalezas que lo caracterizan son: el conocimiento ancestral del área de producción, apoyo interno de la organización por ser generalmente organizados, recursos físicos importantes en cuanto a terrenos, productos y servicios muy novedosos que no son conocidos y mano de obra barata por ser generalmente de composición familiar.

Como debilidades o razones reales percibidas, por las cuales los clientes no utilizan los productos o servicios de la organización, se destacan: Serio desconocimiento de estrategias de mercadeo, debilidad financiera, no existe rendición de cuentas detalladas, baja capacitación y desarrollo del talento humano en dirección empresarial, se inicia con compromiso y poco a poco va decayendo, no existen metas y objetivos empresariales definidos, muy pocas habilidades de negociación, difícil

cambio cultural: empresa de subsistencia a empresa dinámica, malos entendidos y discusiones entre los miembros cuando existe superávit.

Muchos de los aspectos analizados por Mariño (2013), corresponden con la investigación realizada y denotan la necesidad de desarrollar ventajas competitivas entre las organizaciones para poder asumir el reto empresarial al cual se enfrentan. Además de amenazas continuas a su desarrollo, entre las que es posible citar: alta dependencia de intermediarios, dependencia de factores climáticos en temas agrícolas, miedo a crecer, capacitación en técnicas gerenciales externas no aplicables para el desarrollo local, anteponer la tendencia política al bienestar comunitario, excesivas normas estatales para la formalización.

Al conocer varias de las situaciones adversas a la que cotidianamente se enfrenta el emprendedor, es importante considerar circunstancias que podrían ser aprovechadas para ofrecer sus productos y servicios o para ampliar sus mercados, que al mismo se constituyen en oportunidades para desarrollar sus negocios, tales como: recursos naturales existentes aptos para turismo comunitario, apoyo estatal en centros de desarrollo al emprendimiento (ubicados en asociación con universidades y gobiernos autónomos descentralizados municipales), existencia de fondos privados (ONG's) o públicos para empresas locales, asistencia técnica provista para diferentes aspectos (capacitación, viajes, maquinaria, mercadeo, etc.), creación de valor agregado a los productos, entender las necesidades de los clientes.

Para motivar la participación ciudadana en actividades productivas desde los diversos escenarios del acontecer en la provincia de Manabí, es relevante involucrar a los principales actores de los procesos educativos, sociales y económicos. Así, las universidades como ejes orientadores del avance social, están llamadas a proporcionar a la comunidad un nivel de conocimientos que les permita desarrollar su espíritu empresarial; la empresas y el gobierno, tienen la responsabilidad de utilizar los recursos en formas productivas para generar valor agregado, para ofrecer nuevas alternativas laborales y mejorar significativamente el entorno económico y social en el que se desenvuelven.

El hecho de realizar actividades de apoyo al emprendimiento como unidades aisladas, divide esfuerzos y retrasa la generación de iniciativas empresariales y la innovación, se deben direccionar los medios educacionales y proveer reformas administrativas que acaben con el desequilibrio del empleo y se orienten más hacia la búsqueda de trabajo productivo y menos hacia empleos burocráticos.

De esta manera la figura de creación de una Red de Vinculación Empresarios-Universidades-Organizaciones del Estado, presenta el escenario ideal para aunar los esfuerzos entre los sectores participantes a través del establecimiento de metas comunes como directrices que sirvan de guía hacia una dirección única: el desarrollo del sector empresarial.

1.3. Justificación del problema

La conformación de una Red de Vinculación entre Empresarios, Universidades y Organizaciones del Estado, nace como respuesta a la constante necesidad por parte de los emprendedores de interactuar, conocer y compartir el camino del emprendedor ya recorrido por quienes ahora son empresarios; profundizar sus conocimientos sobre el producto, el mercado y la administración general del negocio; y, contar con políticas que respalden y fortalezcan su actividad empresarial.

La idea de crear un espacio que propicie el encuentro, el intercambio de experiencias, la generación de redes de contactos, y donde se adquiera capacitación inherente al desarrollo de proyectos corporativos; abre un espacio a la participación del sector empresarial en las actividades que realiza la universidad por orientar el desarrollo del emprendimiento en la gama de especialidades universitarias existentes, en el mejoramiento de la calidad educativa y en la participación de microempresarios, que en muchos casos, a pesar de no poseer formación universitaria, tienen el deseo y las ganas de salir adelante con sus iniciativas empresariales.

Los beneficios a largo plazo están orientados a la definición de una relación sólida que contribuya a fortalecer escenarios donde los involucrados en la red puedan

favorecerse y apoyarse a través de una sinergia multiplicadora con beneficios sociales de gran magnitud.

Entre los principales logros que se prevén a través de la consolidación de la red, se destacan:

- Integración de empresarios y emprendedores en el fomento del desarrollo emprendedor y universitario a nivel provincial. El bagaje de conocimientos de los empresarios, parte de un cúmulo de experiencias adquiridas a través de los años, que ofrece un aporte vivencial de gran valía para los emprendedores en la orientación de la idea de negocio.
- Impulso hacia la innovación y la creatividad de productos y servicios, a través de capacitación, investigación y desarrollo.
- Creación de espacios que permitan llegar a consensos a través de la participación Universidad-Empresa-Gobierno.
- Coadyuvar al mejoramiento de las políticas públicas, mediante la participación integrada de los sectores empresarial y gubernamental en la actividad universitaria.

La investigación doctoral, responde de esta manera a una necesidad latente que implica gran relevancia hacia el desarrollo de la matriz productiva de una provincia con gran capacidad para la actividad empresarial como lo es Manabí, que a pesar de sus potencialidades, requiere un verdadero impulso para cambiar y mejorar sus índices de productividad y rentabilidad.

La instauración de una red de vinculación, apoya y fortalece al emprendedor y multiplica su efecto hacia la mejora de la calidad de vida de las familias, abriendo oportunidades y ofreciendo espacios de formación y potenciación de nuevas ideas de negocio que merecen ser promovidas. Lo cual justifica la viabilidad y valía de la investigación.

1.4. Formulación del problema

¿Fortalecerá al desarrollo emprendedor de la provincia de Manabí, el diseño de una red de vinculación entre empresarios, universidades y organizaciones del Estado?

1.5. Hipótesis:

1.5.1. Hipótesis general

El diseño de una red de vinculación entre empresarios, universidades y organizaciones del Estado contribuirá al fortalecimiento del desarrollo emprendedor en la provincia de Manabí.

1.5.2. Hipótesis específicas

- a. La relación empresarios-universidades-organizaciones del Estado impulsa el emprendimiento.
- b. Los fundamentos teóricos vislumbran la idoneidad del diseño de la red de vinculación para los emprendedores.
- c. Incide la estructura de la red de vinculación empresarios-universidades-organizaciones del Estado en el desarrollo de destrezas y habilidades emprendedoras.

1.6. Objetivos

1.6.1. Objetivo general

Diseñar una red de vinculación entre empresarios, universidades y organizaciones del Estado para el fortalecimiento del desarrollo emprendedor en la provincia de Manabí.

1.6.2. Objetivos específicos

- a. Diagnosticar la relación actual existente entre empresarios, universidad, organizaciones del Estado, en áreas de emprendimiento.
- b. Fundamentar teóricamente el diseño de la red de vinculación entre empresarios, universidades y organizaciones del Estado.
- c. Establecer la incidencia de la estructura de la red de vinculación e el desarrollo de destrezas y habilidades emprendedoras.
- d. Validar el diseño de red de vinculación empresarios-universidades-organizaciones del Estado, por autoridades, asesores y expertos en el tema.

1.7. Material y procedimientos

1.7.1. Material.

1.7.1.1. Población y muestra.

Para llevar a cabo la investigación se empleó el método probabilístico para realizar las encuestas a varios emprendedores de la provincia de Manabí.

Para determinar el tamaño de la muestra se utilizó la fórmula para población finita.

$$n = \frac{z^2 * N * P * Q}{(N - 1) * E^2 + z^2 * P * Q}$$

DONDE

- | | |
|---|--|
| n | tamaño de la muestra |
| N | valor de la población |
| z | valor crítico correspondiente a un coeficiente de confianza del cual se desea hacer la investigación |
| P | proporción poblacional de ocurrencia de un evento |
| Q | proporción poblacional de no ocurrencia de un evento |
| E | error muestral |

DATOS

N 786

z 1.96

P 0.5

Q 0.5

E 0.05

n ?

$$n = \frac{(1.96)^2 * 786 * 0.5 * 0.5}{(786 - 1)(0.05)^2 + (1.96)^2 * 0.5 * 0.5}$$

$$n = \frac{3.8416 * 786 * 0.5 * 0.5}{785 * 0.0025 + 3.8416 * 0.5 * 0.5}$$

$$n = \frac{754.8744}{1.9625 + 0.9604}$$

$$n = \frac{754.8744}{2.9229}$$

$$n = 258 \text{ Emprendedores}$$

1.7.2. Procedimientos

1.7.2.1. Instrumentos de recojo de información.

Para la recolección de la información se utilizaron encuestas directas, a través del instrumento de cuestionario estructurado, con base a preguntas cerradas. Este instrumento fue empleado como recurso para la obtención de información primaria del sector emprendedor de la provincia de la provincia de Manabí y poder determinar

la incidencia del establecimiento de red de apoyo al emprendedor en el desarrollo de sus propias destrezas y habilidades.

Se utilizaron además fuentes de información secundaria, constituida en informes, textos, revistas, *papers*, folletos y páginas web, que dieron sustento teórico y filosófico a la investigación, permitiendo la fundamentación de la investigación y la elaboración de un diagnóstico sobre los actores del modelo seleccionado. De esta manera se obtuvieron los insumos necesarios para el diseño de la propuesta.

1.8. Diseño de investigación.

Los métodos aplicados durante el proceso investigativo y que contribuyeron al fortalecimiento del trabajo doctoral fueron:

Método histórico: Porque se realizó recopilación de información relevante particularmente de los actores involucrados con el proceso, lo que contribuyó a sentar bases sustanciales para la investigación.

Método analítico: A través del análisis de los datos estadísticos levantados con el instrumento aplicado al sector emprendedor de la provincia de Manabí.

Métodos deductivo e inductivo: Porque se partió del análisis de situaciones generales con enfoque hacia la particularidad y realidad del estudio. Así mismo, este análisis ha permitido establecer las causas del problema estudiado, a partir de la comparación de las experiencias en la aplicación del modelo de triple hélice en otros contextos y la factibilidad de aplicación con la consideración de las variables que giran en torno a nuestra realidad circundante, de sus potencialidades y debilidades.

Para una mejor apreciación de la organización metodológica, a continuación se esboza una matriz donde se precisan las etapas de la investigación con base en los objetivos planteados.

Tabla 1.1. Marco metodológico de las etapas de la investigación con base en los objetivos

OBJETIVOS ESPECÍFICOS	Etapa de Investigación	Métodos			Técnicas	Resultados
		Empíricos	Teóricos	Matemáticos		
Diagnosticar la relación actual existente entre empresarios, universidad, organizaciones del Estado, en áreas de emprendimiento.	DIAGNÓSTICO SITUACIONAL	Análisis documental Levantamiento exploratorio Observación			Revisión documental Encuestas Criterio de expertos	Análisis de resultados sobre el estado actual del problema
Fundamentar teóricamente el diseño de la red de vinculación entre empresarios, universidades y organizaciones del Estado.	FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	Histórico – Lógico Revisión Documental Recolección de Información	Analítico Documental Inductivo - Deductivo Modelación Transversal		Revisión Bibliográfica Revisiones por Internet Entrevistas	Recopilación de antecedentes y bases teóricas para la elaboración del trabajo
Establecer la incidencia de la estructura de la red de vinculación en el desarrollo de destrezas y habilidades emprendedoras.	INCIDENCIA	Revisión documental Levantamiento exploratorio Diagnóstico			Análisis documental Encuestas	Recopilación y análisis para determinar incidencia.
Validar el diseño de red de vinculación entre empresarios –universidades –organizaciones del Estado, por autoridades, asesores y expertos en el tema.	PROPUESTA		Analítico Inductivo – Deductivo Modelación			Diseño de la propuesta

Elaborado por: Feijó, (2014)

1.9. Operacionalización de las variables.

VARIABLE INDEPENDIENTE: Red de vinculación entre empresarios, universidades y organizaciones del estado

DEFINICIÓN	DIMENSIÓN	INDICADORES	SUBINDICADORES	TÉCNICAS
Se constituye en la unión organizada de sectores de trascendencia social, cuyo propósito principal se orienta a propiciar escenarios para nuevas ideas, tecnología, innovación, mejoramiento de la calidad del talento humano e impulso al desarrollo de la sociedad.	Modelos teóricos	- Modelo de la triple hélice	- Transformación interna de las instituciones - Impacto tras-institucional - Proceso de interconexión	Revisión Bibliográfica Revisiones por Internet Entrevistas
	Actores	- Universidad	- Conocimiento - Investigación y desarrollo - Talento humano especializado	
		- Empresa	- Inversión en investigación - Nuevos productos y servicios	
		- Estado	- Normativa - Políticas e incentivos - Educación e infraestructura	

DEFINICIÓN	DIMENSIÓN	INDICADORES	SUBINDICADORES	TÉCNICAS
	Las instituciones	<ul style="list-style-type: none"> - Agentes híbridos de innovación - Interfaces de innovación - Coordinador de innovación 	<ul style="list-style-type: none"> - Transferencia de tecnología - Empresa – investigación - Coordinación y gestión 	
	Las leyes y reglamentos	<ul style="list-style-type: none"> - Incentivos políticos - Incentivos financieros 	<ul style="list-style-type: none"> - Leyes y reglamentos de estímulo al emprendedor - Programas de estímulo a través de financiamiento 	
	Productos	<ul style="list-style-type: none"> - Parques científicos - Capital de riesgo - Incubadoras - Emprendimientos académico 	<ul style="list-style-type: none"> - Tecnología - Creación de empresas - Asesoría al emprendedor 	

VARIABLE DEPENDIENTE: Fortalecimiento del desarrollo emprendedor

DEFINICIÓN	DIMENSIÓN	INDICADORES	ITEMS	TÉCNICAS
Proceso que pretende brindar herramientas al emprendedor para ayudarlo a mejorar sus capacidades productivas, orientándolo a la obtención de mayores beneficios de su actividad empresarial, haciéndola sostenible y sustentable.	Soporte y asistencia técnica	Empresa Universidad Gobierno	Asesoría técnica Capacitación Financiamiento	Encuesta dirigida a emprendedores de diversos cantones de la provincia de Manabí.
	Actividad empresarial	Áreas de desarrollo	Comercial Turístico Artesanal Industrial Ecológico Social	
		Tipo	Individual Colectiva Asociativo Familiar Comunal	
	Formación continua	Profesionalización	Orientación financiera Investigación de mercado Contabilidad Tributación Planes de negocio Redes de contacto	

1.10. Método de análisis de la información.

Realizada la validación de los instrumentos se procedió a su aplicación lo que determinó la idoneidad del instrumento y estructura de las preguntas.

Para llevar a cabo el análisis e interpretación de los resultados se elaboraron tablas y gráficos donde se presentan los resultados y frecuencia de respuesta a cada una de las preguntas.

El control de cada una de las preguntas en relación al cuestionario se ha llevado bajo un esquema donde se resume el eje o indicador al que va orientada la pregunta, tabla de resultados, figura y análisis e interpretación respectiva.

La herramienta informática para el procesamiento y presentación de la información fue el programa Excel.

CAPITULO II:
MARCO TEÓRICO

2. MARCO TEÓRICO

2.1. Investigaciones relacionadas con el estudio

Para fortalecer el marco teórico de manera que además de darnos una claridad sobre la estructura de la investigación permita un diagnóstico de la realidad a partir del contraste de la información con los distintos escenarios donde la aplicación de la metodología de tres ejes se haya ejecutado, se insertan en este acápite varios ejemplos de su aplicación.

Un ejemplo del éxito de un intento de colaboración entre universidad e industria viene dado por el Parque Científico de Barcelona, constituido por la Universidad de Barcelona en 1997, siendo el primer parque científico del Estado español. Hoy en día es un referente internacional en el fomento de la innovación que acoge a más de 2.000 profesionales.

Su presencia describe una evolución hacia modelos más dinámicos de universidad que parece considerar el hecho de que las universidades necesitan estar conectadas con el mundo económico y social. La ubicación del Parque Científico en el área de Pedrales responde a la disponibilidad de potencial investigador existente en dicha área, que es donde la Universidad de Barcelona tiene su personal investigador más activo y sus infraestructuras y servicios de investigación más importantes.

Lo mismo puede observarse en la Universidad Politécnica de Cataluña, la localización de alto nivel se utiliza como factor para atraer inversiones hacia el área. De hecho, la concentración de potencial investigador es única dentro del área geográfica de Cataluña y puede considerarse como un valor añadido importante para el desarrollo de los procesos de investigación, de innovación y de transferencia tecnológica.

Se han desarrollado relaciones trilaterales: la universidad proporciona el lugar y el Gobierno Español y el de la Comunidad Autónoma de Cataluña apoyan política y económicamente el proyecto desde su concepción. La Caja de Ahorros de Cataluña y los fondos de la Unión Europea para el Desarrollo Regional también apoyan la

iniciativa. Puesto que las relaciones entre los actores se han configurado de acuerdo con un modelo de innovación de redes (Campodall'Orto, 1997), en el que se concede alta prioridad a la distribución de la información, del conocimiento y de las experiencias, ha tenido lugar una interpretación evolutiva del modelo de triple hélice.

Dentro del proyecto del Parque Científico de Barcelona, el ciclo de las relaciones universidad-gobierno-industria se ha traducido en un sistema de integración que abarca universidades, institutos de investigación, gobiernos, empresas privadas, personal investigador e infraestructuras.

Otro caso a destacar es Parque E en la Universidad de Antioquia, Medellín, Colombia; inaugurado oficialmente el 28 de octubre de 2006, configurado hoy en día como referente nacional y latinoamericano en el tema de emprendimiento por dar la posibilidad a cientos de jóvenes universitarios e investigadores de la ciudad para convertir sus ideas de negocio en proyectos empresariales exitosos con perspectivas no sólo en mercados locales, sino nacionales e internacionales.

Este proyecto fusionó acertadamente los esfuerzos de la Alcaldía de Medellín y la Universidad de Antioquia, que se consolidaron a partir del 2007, con la constitución organizacional de un parque de emprendimiento con un modelo de operación, acompañamiento e incubación de empresas novedoso y adaptado a las particularidades y necesidades de los emprendedores de la ciudad de Medellín.

Parque E muestra más de 250 empresas asesoradas y acompañadas, con aproximadamente 22.000 emprendedores formados y aproximadamente 100.000 personas sensibilizadas y orientadas.

Estos breves ejemplos muestran lo prometedora que puede ser una correcta aplicación del modelo de triple hélice considerando el contexto y el proceso evolutivo del mismo; lo que sugiere que el modelo de triple hélice puede ser aplicable al análisis de políticas de Investigación y Desarrollo (I+D).

2.2. Bases teórico – científico

2.2.1. Red de vinculación entre empresarios, universidades y organizaciones del Estado.

El término vinculación alude un matiz donde los términos de difusión y extensión, son considerados como parte del vocabulario de los especialistas de la educación superior, este término enfatiza la relación existente entre la universidad con industrias, empresas del sector productivo del país, éstas últimas suelen ser de capital privado, lo que ha generado algunos cambios desde el ámbito social y político, al mejoramiento continuo de los sistemas tradicionales. (Chang, Helene; 2010)

A partir del análisis modelo de la Triple Hélice propuesto por Henry Etzkowitz (1994), se concibe a la vinculación como un proceso dinámico y cambiante que se plantea como un nuevo paradigma entre los tres elementos: academia-empresa-Estado.

Este enfoque desarrollado en el ámbito de los estudios sociológicos, y de alguna manera como alternativa al enfoque de los economistas evolucionistas de la teoría de la innovación, plantea dos posibilidades para su aplicación: como modelo normativo de las condiciones organizacionales que permiten la innovación, y como modelo de análisis que permita comprender las posibilidades de lograr el desarrollo económico basado en conocimiento. (Casas, Rosalba; 2001, pp. 24)

De ahí que la vinculación es una actividad que ha involucrado la participación del gobierno, empresa, universidad, con el propósito de desarrollar tanto la innovación y el desarrollo científico. En este último caso, las universidades y la empresa han tenido mayor participación, por el mismo eje en el cual se desenvuelven cada una.

Por lo tanto, la orientación principal del modelo debe encaminarse hacia el desarrollo económico basado en conocimiento, en particular en propender hacia redes de conocimiento; en este caso específico, en una red fortalecida a nivel provincial, que

permitan la concepción de experiencias significativas entre distintos actores, con impacto en el desarrollo económico de la provincia.

2.2.2. Modelo de la triple hélice

En las últimas décadas se ha desarrollado el llamado “modelo de la triple hélice”, según el cual las principales fuerzas institucionales que determinan los sistemas nacionales de innovación son la universidad, la industria y el Estado; según las relaciones que se establezcan entre ellas, nos encontraremos ante diferentes sistemas de innovación. (Acosta y Coronado; 2006).

El Modelo de Triple Hélice desarrollado principalmente por Etzkowitz y Leydesdorff (1997), mediante la metáfora de hélices aplicada al análisis de las relaciones entre la academia, la industria y el gobierno; sostiene que para hacer posible el desarrollo tecnológico y, por ende, el económico, se requiere que estos tres actores interactúen de manera recursiva entre ellos formando espirales con circuitos de retroalimentación entre los tres agentes, que los lleve del desarrollo de la investigación básica, al desarrollo de productos y a la creación de nuevas líneas de investigación. (Etzkowitz, 1994).

Según este modelo, se permite una configuración distinta donde se pasa de la realización de esfuerzos aislados a la ejecución de actividades correlacionadas que se combinan de manera articulada para dar paso a un proceso de mayor interacción orientado al logro de resultados más efectivos.

De acuerdo a Acosta y Coronado (2006), la formación de la triple hélice implica importantes cambios y adaptaciones no solo a la producción, intercambio y uso del conocimiento, sino en los agentes sociales; por lo que destacan una serie de aspectos a considerar para la aplicación del modelo de triple hélice, los cuales se describen a continuación:

- Transformación interna de las instituciones a medida que va asumiendo funciones asignadas tradicionalmente a otras. Por un lado, las empresas deben adquirir competencias que les permitan generalizar acuerdos de cooperación con

la universidad para mejorar su eficiencia investigadora y su capacidad de absorber conocimientos externos. Por otro lado, las universidades deben asumir la función de contribuir al desarrollo económico y al crecimiento económico, orientando sus líneas de investigación hacia la adquisición de conocimientos útiles a la industria y proporcionar capital humano al sistema productivo, así como fomentar la creación de “spin off” basadas en los resultados de la investigación académica. Por último, respecto al gobierno, éste no debe solo proporcionar un marco normativo y recursos para desarrollar los procesos de innovación, sino que también ha de fomentar cambios en las organizaciones y acuerdos de colaboración en materia de I+D entre universidades, empresas y centros de investigación.

- Impacto trans-institucional. Las transformaciones que se están produciendo dentro de las instituciones están ocasionadas en gran medida porque unas instituciones influyen en otras.
- Proceso de interconexión, por el cual se crean nuevas uniones, redes y organizaciones entre las tres hélices, que sirven para reproducir, institucionalizar y estimular los intercambios entre ellas con el propósito común de fomentar la innovación. En definitiva, estas redes fomentan la creatividad organizacional y la cohesión regional. (Acosta y Coronado, 2006)

La idea central del modelo es integrar los vínculos recíprocos entre los tres actores en diferentes etapas para la capitalización del conocimiento, por lo cual Etzkowitz y Leydesdorff (2000), proponen considerar tres aspectos:

1. El Estado-nación abarca el mundo académico y la empresa dirige las relaciones entre ellos.
2. El segundo modelo separa la esfera institucional con una fuerte división de fronteras.
3. Un tercer modelo donde el mundo académico, el gobierno y la industria en conjunto, son la generación de una infraestructura de conocimientos en términos de la superposición de las esferas institucionales, en cada uno de ellos el papel de los otros y con organizaciones híbridas emergentes.

Este tercer modelo implica el equilibrio necesario que permite la participación activa de cada uno de los involucrados, sin embargo, es sustancial definir aspectos sustanciales relacionados con la investigación y su desarrollo en base a componentes endógenos y exógenos para garantizar la evolución de sistemas de innovación y permita el beneficio mutuo y asociativo requerido, el cual deberá ser articulado a través de políticas públicas que favorezcan su aplicación.

Los escenarios donde el modelo de las tres hélices ha tenido mayor atención han sido en el sur de África, Asia y América Latina; debido a que ha sido considerado como un medio para fomentar innovaciones y crecimiento, así por ejemplo se puede citar el caso del Proyecto *Lion* liderado por la Pontificia Universidad Javeriana en Colombia, el cual a través de la articulación de cooperación tecnológica con la industria privada y el apoyo de los principales estamentos gubernamentales ha podido impulsar el desarrollo de iniciativas tecnológicas. Lo que motiva la participación de estudiantes universitarios en procesos de innovación y, apertura a la ciudadanía posibilidades de viabilidad para sus iniciativas emprendedoras (Castellanos, Yino; 2013)

En nuestro contexto aún no se visualiza la articulación del esquema de colaboración academia-empresa-gobierno, contrario a lo que sucede en algunos países asiáticos; sin embargo, ejemplos como los del Parque Científico de Barcelona en España o Parque E en Colombia, cuyos resultados de la combinación de la triple hélice han redundado en la producción de *spin off* con actividades empresariales de distinta índole, que más allá del debate académico, social y económico, hacen pensar que existen condiciones de éxito para el desarrollo del modelo si se incorporan adecuadamente estrategias para fortalecer y financiar proyectos innovadores.

Resulta evidente afirmar entonces, que para este modelo es importante la investigación, ya que centra su atención en la relación e interacción entre Estado, academia y empresa, para la creación de una nueva capa de estructuras interinstitucionales en las que los líderes con habilidades de traductores, transformadores y creativos juegan un papel muy importante (Etzkowitz y Leydesdorff, 1998).

Este aspecto que es evidentemente básico en la conformación de redes de vinculación y conocimiento, contribuye a fundamentar y evaluar la importancia y grado de desarrollo a lograr en la economía social de la provincia de Manabí a través de la generación de emprendimientos.

2.2.1.1. Actores del modelo

2.2.1.1.1. Universidad

La universidad juega un papel importante en las actividades socioeconómicas de un país, no solo por la responsabilidad en la formación de talentos humanos calificados, sino porque además de sus actividad propias de enseñanza, investigación y desarrollo; puede participar en la creación de nuevas empresas o incentivar procesos de incubación donde se provea capacitación, infraestructura y redes de contactos a los empresarios nacientes.

La universidad puede constituirse en referente y el punto de partida para que estas nuevas organizaciones se puedan formar y potenciar, si implementa estrategias y logra acciones que estimulen la investigación y el desarrollo; pudiendo incorporar la participación de la empresa privada y las instituciones públicas para lograr el crecimiento de quienes interactúen en el proceso.

Se habla entonces de una universidad emprendedora que abarca la comercialización, la coinversión del conocimiento en mercancías (patentes, licencias o *start ups* propiedad de estudiantes o facultades). De esta manera se aperturan fuentes de empleo tanto a lo interno como a lo externo que respondan a la necesidad de incorporar profesionales a la sociedad.

Conocimiento:

La importancia que están adquiriendo las universidades en los procesos de innovación, como generadoras, distribuidoras y usuarias del conocimiento está cambiando la visión de la ciencia como factor que afecta al crecimiento y la competitividad de los países o regiones, a la par que se está produciendo un

acercamiento entre la producción del conocimiento y su demanda. Todo ello se ha reflejado en la aparición de nuevos modelos que tratan de explorar la naturaleza y el contexto de la producción del conocimiento; entre ellos los más destacados se aglutinan en torno a la nueva producción del conocimiento y al modelo de la triple hélice. (Acosta y Coronado, 2006)

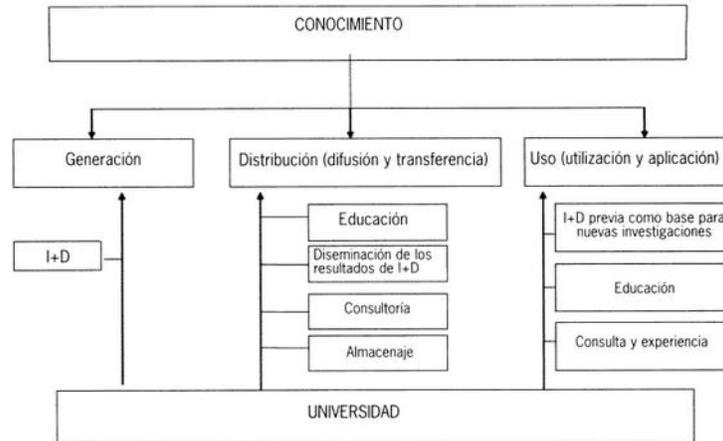


Figura 2.1. La posición de la universidad en la economía del conocimiento
Fuente: Kazakova, 2001

Dentro de este modelo un factor básico de diferenciación es el conocimiento que lo revoluciona todo, obligando a permanentes transformaciones en lo que se produce y en cómo se produce, no se genera en los ámbitos académicos de la periferia. Estos tienen para cumplir un papel tan fundamental como sus homólogos del desarrollo, en la medida en que la vinculación entre conocimiento y producción exige traducciones que sólo son eficientes si toman en cuenta especificidades locales (Sutz, 1996; pp. 19).

Si bien es cierto en el modelo triple hélice se da gran protagonismo a la universidad en los procesos de innovación, donde la base del conocimiento centra su atención en la formación y preparación tanto del talento humano como del desarrollo de nuevas propuestas; para asumir este reto la Universidad debe asumir una visión más empresarial en su actividad por lo que el vincularse en red se constituye un acierto para la articulación de nuevos *start ups*, y para generar nuevas investigaciones.

El impulso de acuerdos con asociaciones empresariales, grupos empresariales o, en general, representantes de la sociedad, con el objetivo de dinamizar las relaciones entre la universidad y la empresa, es de vital importancia. La estrategia a desarrollar engloba un conjunto de planes de acción que deberían de incluir unidades de prospectiva de carácter conjunto (universidad y empresa) y parques tecnológicos en torno a las universidades que permitan constituir centros de excelencia en materia de investigación e innovación tecnológica. Todo esto debe permitir el impulso real de programas conjuntos de investigación y desarrollo, donde impere una visión común respecto al enfoque y rentabilidad de los proyectos. (Taylor; 1999, p. 20)

AUTOR / AÑO	APORTACIÓN TEÓRICA
Faulkener y Senker (1994)	La cooperación entre las universidades y las empresas privadas se basan en el contacto personal.
Gibbons et al. (1997)	Las formas de conocimiento son continuamente cambiantes de la disciplina tradicional, esto ha contribuido a la vista que el papel de las universidades han cambiado más que un acuerdo idealista.
Henry Etzkowitz (2002)	La Triple Hélice es una expansión del papel del conocimiento en la sociedad y de la universidad en la economía. La universidad está experimentando una transformación dual: una expansión de las misiones a fin de incluir el desarrollo económico y social, así como la formación, la reproducción cultural y la investigación y el cambio de un individuo a un foco de organización en cada misión.
Doris Schartinger et al (2002)	El papel de intercambio de conocimientos y la cooperación en investigación entre la investigación pública y el sector empresarial ha recibido una atención creciente en el análisis de la innovación y el cambio tecnológico.
Chrys Guanasekara (2004)	El papel de las universidades ha evolucionado a lo largo de los últimos veinte años. La torre de marfil se centra solo en las tradicionales prácticas académicas de la enseñanza e investigación, esto se ha vuelto más importante con el surgimiento de la economía basada en el conocimiento.
Pamela Mueller (2006)	Las pruebas del papel de la hipótesis de que el espíritu empresarial y las relaciones universidad-industria son vehículos para los flujos de conocimiento y, por tanto, estimular el crecimiento económico.
Rudi Bekkers et al. (2008)	Hay una gran variedad de canales a través de la cual el conocimiento y la tecnología se transfieren entre las universidades y la industria.

Figura 2.2. Aportación teórica sobre el rol de la universidad empresa
Elaborado por: Chang Helene, (2010)

En definitiva, la relación universidad-empresa no debe ser sólo una relación institucional, siempre conveniente, sino que también debe ser una relación operativa, es decir, que debe establecerse y mantenerse como parte esencial del tejido socio empresarial que soporta la producción de bienes y servicios. Las empresas, universidades y administración deben involucrarse en el desarrollo social, aprovechando las sinergias que puedan acrecentar los resultados del esfuerzo común, dando lugar a economías con ventajas competitivas. En realidad se trata de un

proceso escalonado marcado por las palabras: Ciencia, Tecnología e Innovación que, a lo largo del tiempo, ha ido acercando la investigación a objetivos diferentes: Saber, Técnica y Negocio. (Calleja, 1995).

Investigación y desarrollo:

Las concomitantes variaciones de la realidad social, traen consigo una suerte de acepciones delimitadas a razón de sistemas imperantes como la economía, la cultura y la educación; y es precisamente en este último aspecto donde se entrelazan diversas naturalezas en función de habilidades, competencias o nociones axiológicas en la praxis misma de una subsistencia social. Las grandes empresas apelan a estudios delimitados por factores, variables o tendencias buscando la mejor posición comercial referente a las dinámicas productivas del mercado, así, la investigación de mercados aparece en las escenas técnicas, empresariales y financieras para solventar, si se quiere, aquellas problemáticas atinentes al espectro económico.

En la actualidad está ampliamente aceptado que la enseñanza y la investigación son funciones que se desarrollan en las universidades. Como consecuencia de las investigaciones realizadas por estas instituciones se produce gran parte del conocimiento científico disponible. Sin embargo, el conocimiento generado por las universidades no ha tenido en cuenta las demandas de las empresas, ya que ambas esferas se encontraban separadas. En el modelo de la triple hélice es necesario que se produzca una mayor interacción entre los intereses de la universidad, industria y gobierno, para lo cual, los resultados de las investigaciones desarrolladas en las instituciones académicas deben estar dirigidos hacia aplicaciones prácticas con fines comerciales, adaptando de esta manera sus resultados a objetivos económicos y sociales y, consecuentemente, contribuyendo activamente al desarrollo de las regiones o territorios en las que están implantadas (Acosta; Coronado; 2006).

En un mundo rodeado por competencias laborales y habilidades técnicas para ejecutar determinada labor, estas a su vez implican una suerte de miradas en pos del resultado, donde el dato, la cifra o la curva de tendencia debe apuntar a favorecer

económicamente al sujeto, este panorama ve como la investigación asume un rol en tanto cuanto sus estudios sociológicos, racionales y cuantitativos apelan a la disyuntiva teórica/metódica de la resolución a problemas complejos como el posicionamiento de una marca, el quiebre de una empresa o el hecho mismo de “determinar la idea del millón de dólares”, no obstante, este tipo de premisas sitúan al hombre en un maremagno contradictorio de supervivencias en donde los contrarios se foguean a razón de dinámicas como: emprender sin dinero, visionar sin proyectos o desarrollar competencias sin oportunidades laborales concretas; dicho sea de paso, este último aspecto redundante en la inestabilidad de campos tan determinantes como el empresarial. (Varela; 2001, p.15)

Tras las anteriores consideraciones, se asume el hecho de que investigar no es solo el diagnóstico o el resultado logrado en cifras estadísticas, investigar demanda el estudio de otras categorías teóricas y metodológicas implementadas para emprender procesos epistemológicos, lo que redundante en la percepción de una realidad desde una postura innovadora centrada en el contexto económico, donde se destaca un hecho sustancial para el despunte de la matriz productiva: “emprender”.

Talento humano especializado:

Es claro que la misión de las empresas y la de las instituciones de educación superior son muy diferentes. Sin embargo hay aspectos en los que ambas coinciden de manera natural. Tales aspectos se vuelven por ello cuestiones de interés tanto privado como público.

Que universidades y empresas se comuniquen y colaboren es cuestión de mutua conveniencia. No implica costos ni esfuerzos, excesivos, y da mejores frutos cuando esa comunicación busca satisfacer necesidades ordinarias de ambas partes. Los objetivos ambiciosos, en su caso, los grandes logros, sólo pueden esperarse como consecuencia de una relación cotidiana prolongada, y esta relación siempre será provechosa, aun si no tiene resultados espectaculares.

Las universidades son organizaciones especializadas que la sociedad requiere principalmente para dotar de ciertas capacidades intelectuales y actitudes socialmente destacables a una fracción más o menos amplia de sus jóvenes, antes de que éstos asuman responsabilidades en la vida social y en el trabajo.

En todas las economías modernas, más del 75% de los empleos posibles están en el sector empresarial; lo mismo ocurre ya en Ecuador, aunque no sea del todo moderna. En consecuencia, las instituciones de educación superior sólo pueden cumplir bien su misión si no la realizan aisladas del ambiente en el que la mayoría de sus graduados va a trabajar.

Los fines precisos o particulares que debe cumplir la comunicación continua entre universidades y empresas son múltiples, y han de ser definidos en cada caso por unas y otras en función de sus propios intereses legítimos. No obstante, pueden adelantarse algunos objetivos genéricos como los siguientes:

1. Afinar la concordancia de los programas y métodos educativos con las capacidades que las empresas requieren de sus profesionales y técnicos. Esto interesa por supuesto a las empresas, pero también a las universidades, si éstas han de satisfacer la aspiración de sus estudiantes de labrarse un futuro personal y profesional satisfactorio.
2. Prever conjuntamente la posible evolución de las necesidades de las empresas y los jóvenes, pues las universidades no educan para hoy, sino para el futuro en que actuarán sus egresados. Es claro que tal previsión será más atinada si para ella se conjuga el saber de las empresas y el de las universidades, y no si cada una realiza aisladamente con su propio saber. En estos ejercicios de previsión y prospectiva pueden requerirse contribuciones de disciplinas muy diversas, y en especial de las humanidades.
3. Llevar y traer conocimientos y avances técnicos entre universidades y empresas, pues cada una de ellas tiene en estos aspectos, en diferentes momentos y temas,

alguna ventaja sobre su contraparte, y por tanto algo útil que ofrecer ésta para su correspondiente misión.

4. Prever las implicaciones de aquellos avances para el futuro de las empresas y de las universidades, e idear juntas modos de enfrentar oportunamente y del mejor modo los cambios previsibles.
5. Desarrollar conjuntamente criterios y métodos para evaluar conocimientos y habilidades relevantes para fines laborales y sociales.
6. Atenuar el desconcierto o la sorpresa traumática que en los jóvenes produce el paso brusco de la escuela al trabajo.
7. Atender al mínimo costo las necesidades de actualización y educación continua de los cuadros profesionales y técnicos de las empresas y de los académicos de las universidades. dado que hoy los saberes avanzan muy rápidamente y los que las universidades y las empresas poseen son mutuamente complementarios.
8. Resolver problemas de las empresas con el conocimiento científico acumulado en las universidades y mediante la creatividad de los jóvenes a quienes éstas educan.

Todos esos y otros posibles fines deben tenerse en mente cuando se habla de vinculación entre universidades y empresas. También cuando se trata de desarrollo tecnológico, pues la tecnología es, esencia, el saber hacer que las personas poseen, que llevan a su sitio de trabajo y que afinan o acrecientan en él. Esa vinculación y el flujo de tecnología que ella implica se dan más eficazmente, a menor costo y más oportunamente, entre universidades y empresas que mantienen contactos de larga duración; además, son factibles y dan frutos cualquiera que sea el tamaño de las empresas y el perfil de las universidades. De aquí la trascendencia que esto tiene para las empresas pequeñas y medianas, que constituyen la mayor porción del potencial económico de cualquier país y por supuesto del nuestro. (Vásquez; 2008).

La universidad y el emprendimiento:

Para analizar la vinculación entre educación y emprendimiento es preciso pensar en el emprendimiento como un comportamiento, una conducta y una actitud, que como capacidad humana es susceptible de desarrollo y mejoramiento; y, a la educación como un proceso de construcción individual que posibilita el desarrollo de competencias, permitiendo operacionalizar los conocimientos, habilidades y valores para desempeñarse en diferentes contextos.

Según las Naciones Unidas (1968), el concepto de educación incluye toda una gama de medios complementarios por los cuales se transmiten el conocimiento, los valores y las especializaciones, y se modifican los patrones de comportamiento en la cultura de una sociedad.

Este postulado es compartido por Drucker y Marshall, debido a que ambos en diferentes momentos históricos han reconocido que los individuos son capaces de adquirir nuevas actitudes y aprender a emprender. La postura de estos autores es coherente con lo expuesto en la Conferencia Mundial sobre Educación Superior en el Siglo XXI (Unesco, 1998). “Aprender a emprender y fomentar el espíritu de iniciativa deben convertirse en importantes preocupaciones de la educación superior, a fin de facilitar las posibilidades de empleo.

La importancia de la universidad en el emprendimiento responde a que esta representa el primer acercamiento de los estudiantes a la empresa. En la universidad, los estudiantes determinan sus intereses, realizan los primeros contactos, se les motiva y encuentran la fuente de inspiración necesaria para impulsar su espíritu emprendedor. (Noticias 20 minutos; octubre 10 de 20112)

En la actualidad uno de los principales desafíos de las universidades radica en plantearse un currículum renovado para aprender a emprender cuyo objetivo es ofrecer un currículum pertinente, significativo y relevante que posibilite la adquisición y desarrollo de los aprendizajes, competencias y capacidades consideradas básicas

para el desarrollo personal y el ejercicio de la ciudadanía democrática (Congreso Iberoamericano de Educación, Buenos Aires 2009).

Desde esta perspectiva se debe inculcar el emprendimiento en el estudiante desde el inicio de su carrera, con el propósito de potenciar la mentalidad emprendedora, creativa e innovadora, desarrollando competencias que le permita convertirse no solo en un estudiante integral, sino en un empresario exitoso.

Las universidades son actores esenciales en el desarrollo social, tecnológico y económico, por ello, deben impulsarse iniciativas para promover la relación entre universidad y empresa desde asignaturas directamente relacionadas con el emprendimiento, asesoramiento con expertos o incubadoras de empresas, donde los emprendedores dispongan de oficinas a bajo coste para reducir los gastos iniciales de la puesta en marcha de su empresa y contar con más fondos para su lanzamiento.

La participación de los docentes en la actividad empresarial:

Cuando el investigador o docente toma la decisión de crear o vincularse a una actividad empresarial tiene varias alternativas: vincularse a tiempo completo a la empresa, compatibilizarlo con la actividad académica o convertirse en socio o accionista de ella. Bien, estas opciones estaban limitadas, en gran medida por el régimen de incompatibilidades de los funcionarios públicos. Sin embargo, mediante la inclusión específica del desarrollo tecnológico y la gestión de transferencia de conocimiento entre los méritos por los cuales, tanto el Gobierno como las comunidades autónomas, pueden establecer retribuciones adicionales y pueden ser susceptibles de programas de incentivos, lo que contribuye a una formación más sustentada y acorde a los lineamientos de desarrollo empresarial.

Emprendimiento universitario en Manabí:

La provincia de Manabí – Ecuador cuenta con 5 sedes universitarias de las cuales 4 son estatales y 1 privada, donde se promueven de forma particular actividades de emprendimiento:

- **Universidad Técnica de Manabí (UTM)**, ubicada en el cantón Portoviejo, ciudad capital de la provincia de Manabí. Cuenta con un Centro de Desarrollo Empresarial y Apoyo al Emprendimiento, que inició sus actividades en el 2012, promueve a través de la cátedra de emprendimiento la presentación de ideas de negocios y en actividades de capacitación y vinculación social con capacitación en temas de negocios.
- **Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí (ULEAM)**, con sede en la ciudad de Manta, principal puerto de transferencia de la provincia y del país, desarrolla actividades de emprendimiento a nivel áulico, con trabajos de simulación y exposiciones de proyectos estudiantiles.
- **Universidad Estatal del Sur de Manabí (UNESUM)**, ubicada en el cantón Jipijapa, cuenta con el Departamento de Innovación y Emprendimiento, desde el cual se realizan actividades de capacitación en emprendimiento y formación docente para el dictado de la cátedra.
- **Escuela Superior Politécnica de Manabí (ESPAM)**, con funcionamiento en la ciudad de Calceta, desde el Centro de Emprendimiento y Pre incubación Empresarial (CEPE-ESPAM), realiza eventos de emprendimiento y capacitación universitaria, articulando también actividades desde la cátedra de emprendimiento, ferias académicas y concursos de ideas de negocios.
- **Universidad San Gregorio de Portoviejo (USP)**, funciona en la ciudad de Portoviejo y desde el Centro de Emprendimiento e Inserción Laboral, programa eventos de capacitación docente y ferias expositivas con presentación de ideas de negocio.

A pesar de la organización institucional para actividades de emprendimiento al referirse a resultados, las evidencias precisan una débil estructura de apoyo al

emprendimiento con infértiles estadísticas que justifiquen sus esfuerzos para promover la actividad microempresarial en la provincia.

2.2.1.1.2 Empresa

El desarrollo tecnológico, es un aspecto que facilita la aplicación de la vinculación entre la empresa y la universidad. Los cambios frecuentes en la tecnología propicia un ambiente de constante generación de nuevos conocimientos, y así se puede estimular el crecimiento en las empresas a través de mecanismos de cooperación con las universidades; involucrándose éstas últimas en el desarrollo de capacidades que ayuden a las empresas por medio de las universidades a implantar nuevas formas para crear fuentes de innovación para el desarrollo de altas tecnologías en las empresas. Esto se puede lograr a través de incubadoras de empresas, oficinas universitarias de transferencia tecnológica, e institutos tecnológicos que coordinadamente establezcan vínculos para el desarrollo de las nuevas tecnologías.

Perspectivas del sector empresarial en la provincia de Manabí:

La organización empresarial en la Provincia es deficiente debido a la débil organización que se puede evidenciar en la vida comunitaria. La falta de unión y la debilidad organizativa se expresan en la inexistencia de organizaciones cantonales que puedan representar y defender los intereses de los campesinos.

Los productores reconocen que la falta de unión hace imposible lograr reivindicaciones necesarias e incluso impide generar otro tipo de apoyos tanto de organismos públicos como privados. (PD-OT Gobierno Provincial de Manabí, 2011-2020)

PROVINCIA	CANTÓN	MICRO-EMPRESA	PEQUEÑA EMPRESA	MEDIANA EMPRESA	GRANDE EMPRESA
MANABI	24 DE MAYO	1	-	-	-
	BOLÍVAR	2	1	1	-
	CHONE	17	2	-	-
	EL CARMEN	13	2	-	-
	FLAVIO ALFARO	-	-	-	-
	JAMA	-	1	-	-
	JARAMIJÓ	2	4	2	3
	JIPUJAPA	4	-	-	-
	MANTA	392	170	53	24
	MONTECRISTI	17	16	1	8
	OLMEDO	1	-	-	-
	PAJÁN	1	-	-	-
	PEDERNALES	7	7	-	-
	PICHINCHA	2	-	1	-
	PORTOVEJO	263	109	28	6
	PUERTO LÓPEZ	17	2	-	-
	ROCAFUERTE	1	1	-	-
	SAN VICENTE	7	1	-	-
SANTA ANA	1	1	-	-	
SUCRE	34	17	3	1	
TOSAGUA	4	7	-	-	
Total MANABI		786	341	89	42

Figura 2.3. Número de compañías por tamaño en la provincia de Manabí

Fuente: Superintendencia de compañías, marzo 2011

Según información proporcionada por la Superintendencia de Compañías a mayo de 2014, se registran 5.398 empresas a nivel de provincia de acuerdo a su rama de actividad, cuya clasificación no actualiza la información sobre el tamaño de las mismas. De esta base de datos se indica que: 1570 se dedican a realizar actividades inmobiliarias, empresariales y de alquiler, 881 al comercio al por mayor y al por menor, 767 a la construcción, 589 al transporte, almacenamiento y comunicaciones, 581 a la pesca, 416 se dedican a la industria manufacturera, 210 a la actividad de agricultura, ganadería, caza y silvicultura, 103 a otras actividades comunitarias sociales y personales de tipo servicios, 90 a hoteles y restaurantes, 90 actividades de servicios sociales y de salud, 37 a la reparación de vehículos automotores, motocicletas, efectos personales y enseres domésticos, 32 a la enseñanza, 32 a la intermediación financiera, entre los más importantes. Es importante aclarar que la base de datos no ha dado de baja del sistema a las empresas que han concluido su actividad comercial. (Superintendencia de compañías, mayo 2014)

De acuerdo al Censo Nacional Económico, realizado por el INEC en el 2010, en la provincia de Manabí las principales actividades empresariales que generan movimiento económico e impulsan la generación de fuentes de trabajo son el comercio al por mayor y menor, seguido de la industria manufacturera y actividades de alojamiento y servicios de comida.

La estructura económica de esta provincia también explica esta evolución creciente de la generación de riqueza. Para el año 2007, el sector más importante en términos de valor de la producción fue el las industrias manufactureras sin considerar al petróleo, que proporcionó 826 millones de USD a la provincia y al país, lo que significó el 31% del PNB de la provincia.

En segundo lugar está el comercio al por mayor y menor que reporta un valor de producción de 420,3 millones equivalentes al 16% de la producción provincial, le sigue en importancia económica la agricultura y ganadería que aportó 302,2 millones de USD, esto es el 11,5% a la producción de Manabí.

En cuarto lugar se ubica la construcción y dentro de las cinco principales actividades también están el transporte, almacenamiento y comunicaciones, además de la pesca.

El desarrollo de las industrias básicas, el fomento al talento humano de calidad y el apoyo a la empresa privada, mediante el sistema de compras públicas, son tres pilares que fomentan el cambio en la matriz productiva.

El cambio de la matriz productiva en el sector industrial estará soportado por la generación de nuevas industrias básicas que permitirán fortalecer los encadenamientos productivos. La intención es que el sector no dependa más de las importaciones de insumos y materias primas y, sobre todo, de bienes de capital.

Lo fundamental es transformar la manera como se produce. Esto involucra importantes niveles de inversión focalizada y la implementación de un proceso de innovación tecnológica a todo nivel.

Semi-industrial: La posibilidad de añadir valor a la producción agrícola y silvícola de Manabí es su procesamiento. En el caso del cacao, sería teóricamente posible integrar hacia delante en la cadena de producción de chocolate, en el caso del plátano se podría dedicar una mayor parte de la fruta a la producción de *snacks* para la exportación, mayor parte de la producción cafetalera manabita podría ser procesada en la propia provincia, los cítricos podrían utilizarse para la producción de jugos y mermeladas, etc.

Las frutas y verduras procesadas están entre los productos ecuatorianos de crecimiento más explosivo en el mercado de Estados Unidos. Sin embargo, constituyen aún una proporción muy pequeña del total de exportaciones agroalimentarias del país. El palmito, la palma africana y el mango son opciones importantes, cuya expansión en el territorio manabita es necesario evaluar seriamente, pues están contemplados entre los cultivos con mayores potencialidades de tener éxito en el mercado estadounidense.

Otros productos tradicionales y no tradicionales como la yuca, el maní, la cebolla perla, o incluso las flores tropicales podrían tener potencialidades.

Industrial: El sector manufacturero instalado en Manabí que utiliza insumos vegetales obtiene muy poca de su materia prima en la producción agrícola y silvícola de Manabí. En el caso de las fábricas de aceites y jabones, se importa la soya y el aceite de oliva, y se trae la palma africana de Pichincha y Esmeraldas principalmente.

En el caso del café, la fábrica instalada en la provincia importa buena parte de su materia prima, ya sea del exterior o de otras provincias. No está claro si dicha fábrica está en capacidad de absorber un mayor volumen de café manabita (de hecho, mucha de la producción provincial se va a fábricas de café procesado instaladas en Guayas); o cuáles son las condiciones económicas que han impedido que más plantas se asienten en la provincia a pesar de su gran producción cafetalera.

Actividades productivas en el sector agropecuario y pesquero:

La provincia posee una gran diversidad de pisos climáticos que van desde zonas tropicales semiáridas a tropicales semi-húmedas, lo que permite un variado desarrollo productivo.

Manabí cuenta con 1.583.000 hectáreas de tierra utilizada, lo cual equivale al 84% del total de la región 4 y el 13% del total del país. Existe un predominio de pastos cultivados que representan poco más de la mitad de la superficie provincial utilizada. Los montes y bosques (21,5%) y los cultivos permanentes (13, 2%) sumados a las zonas de pastizales dejan ver la existencia de zonas protegidas así como zonas aptas para la ganadería.

Como en la mayoría de las provincias ecuatorianas, la actividad agrícola es la principal en Manabí que ofrece condiciones favorables por la feracidad de la tierra en las zonas aptas para el cultivo. Sus productos son de clima tropical como cacao, café, banano, banano maíz duro arroz y algodón Entre los árboles duro, algodón. Frutales pueden señalarse: melón, sandía, naranja, piña, papaya.

En Manabí se cultivan productos transitorios y permanentes. Los cultivos transitorios más destacados entre legumbres, hortalizas y cereales son: el maíz y el arroz, seguido por hortalizas como la cebolla perla y el tomate riñón.

Tanto por su aporte a la producción de la Región 4 como por la superficie destinada a su cultivo, las legumbres, hortalizas y cereales representan cerca del 100% de cultivos transitorios.

En cuanto a la producción pecuaria, predomina la ganadería bovina de doble propósito, cuya raza con mayor presencia es la mestiza sin registro, ya que de acuerdo al III Censo Agropecuario, existen 507,769 cabezas de la misma, seguida por la criolla con 255,588 animales y en menores proporciones el ganado mestizo con registro y el Brahmán o Cebú, con cantidades de 7,428 y 8,240 respectivamente.

Por otra parte, la pesca se ha constituido en el motor de la actividad productiva debido a la presencia de grandes embarcaciones industriales y lanchas artesanales, esta aporta el 7% al PIB nacional, rubro significativo que demuestra el alto potencial pesquero de este territorio, ocupando el tercer puesto en ingresos de divisas al Estado.

De acuerdo a los datos referenciales del Censo Pesquero Artesanal 2008, en la provincia de Manabí se identificaron 6.668 pescadores artesanales de los cuales un 38% posee embarcación propia y cuyo volumen promedio de captura por faena es de 48 libras.

Actividades productivas en el sector manufacturero:

La producción manufacturera – industrial de Manabí está centrada principalmente en las actividades de transformación y extracción.

Nueve de las 10 empresas más grandes de Manabí, pertenecen al sector industrial y se encuentran ubicadas en los alrededores de la ciudad de Manta, las mismas que constan dentro de las 200 compañías más grandes del Ecuador. La facturación anual de este grupo de industrias es de aproximadamente US \$405 millones al año, y dan trabajo directo a más de 3.500 personas.

La industria de transformación de productos Ictiológicos (conservas de pescado) y de procesados del mar es una de las más fuertes de Latinoamérica; se estima que la capacidad de frío instalada para el sector pesquero en la ciudad de Manta es de más de 42.800 toneladas, y una capacidad de procesamiento industrial de más de 360.000 toneladas al año.

Seis de las diez compañías más grandes de Manabí son industrias de transformación de productos ictiológicos de Manta, y en conjunto facturaron US \$267 millones en el 2003, en tanto que las exportaciones de atún en lomos y en conserva, sus sardinas y la harina de pescado significaron ingresos al país de más de US \$ 147 millones.

La transformación de otros productos igualmente de importancia, como el aceite y las grasas vegetales (Industrias Ales, La Fabril), emplean directamente a cerca de 2.000

empleados y generan aproximadamente 25.000 puestos indirectos. Estas industrias se abastecen de materia prima local e importada por el Puerto de Manta, generando producción para el consumo interno (local y nacional) e internacional mediante sus exportaciones crecientes a países de la región y el mundo.

En este ámbito destacan empresas como: Pronaca, La Fabril en Montecristi, Nestlé, son las que más sobresalen del entorno, según el reporte actualizado, constituyen el 29% del total de la PEA y el 15,3% del PIB; Conservas Isabel en Manta, Tecopesca en Manta, El Café en Montecristi, Eurofish en Manta, Marbelize en Jaramijó.

También es importante citar que la Cadena de supermercados La Favorita es la primera a nivel nacional.

La industria extractiva se encuentra enfocada en las actividades del sector pesquero. Una de las características más importantes de la actividad pesquera es la capacidad de generación de empleos directos, aquellos relacionados con la fase extractiva de los recursos, y los indirectos, relacionados con las actividades en tierra, tales como los generados en el transporte, mecánica, electricidad, carpintería naval, proveedores de insumos a la actividad pesquera (alimentos, combustibles, químicos para limpieza), entre otros.

Manta, es el primer puerto pesquero del Ecuador y el primero en desembarques de atún a lo largo del Pacífico Sur Oriental. En este Puerto se concentra el 75% de la flota pesquera atunera y el 74% de la pesca blanca del Ecuador, principalmente debido a que este recurso pesquero se ubica en aguas oceánicas y se cuenta con las características adecuadas de acceso directo a las áreas de pesca, así como a la facilidad de acceso a los diversos insumos y servicios necesarios para poner en operación una flota.

En la provincia de Manabí, se combinan algunos factores de ventajas comparativas para el desarrollo de la actividad pesquera, como el de la tradición pesquera de la población, la ubicación geográfica, la infraestructura portuaria y aérea, el acceso vial a los principales mercados de consumo como Guayaquil y Quito, junto con la

cercanía a Santo Domingo de Los Colorados - eje de comercialización del consumo interno en el país.

Actividades productivas en el sector servicios:

La ubicación geográfica de Manabí, ha permitido el desarrollo de servicios especializados de transporte y logística. Manta es una puerta de entrada y paso de tránsito de carga internacional lo que ha permitido el desarrollo de este sector respondiendo a la implementación de proyectos de trascendencia, como el Puerto de Transferencia Internacional de Manta, el Aeropuerto intercontinental y el Eje de transporte multimodal Manta-Manaos.

El transporte de carga terrestre desde y hacia el puerto de Manta constituye una excelente oportunidad: en los próximos dos años, contará con la red de carreteras más modernas del país. Por ello, la empresa privada ha decidido contribuir a la realización de conexiones de rutas navieras y aéreas de carga y pasajeros, a través del Puerto de Manta y el Aeropuerto Eloy Alfaro.

El Puerto de Manta es el de mayor desembarco de granel sólido y líquido del Ecuador. Se desembarcan más de 600 mil toneladas al año (330 mil TM de sólido y 120 mil TM de líquido). Adicionalmente, una de las actividades con mayor desarrollo ha sido el embarque y desembarque de vehículos. Durante el último periodo hasta el 30 de noviembre de 2009, han operado 23.450 unidades.

Existen dos zonas francas, con 500 ha de área disponible, y un parque industrial, con un área de 85 ha, que brindan la comodidad de una zona adecuada donde instalarse en forma inmediata.

En la Región 4 se identificaron 37 negocios entre reales y potenciales que dado su representatividad productiva, económica y social en esta región, así como las interesantes perspectivas de mercado doméstico e internacional que presentan, y la disponibilidad de factores y recursos productivos de que se dispone, fueron seleccionados para efectos de la implementación de una Agenda de Diversificación y Transformación Productiva.

Los negocios abarcan alrededor de 1.412 millones de USD en facturación y 1.194 millones de USD en exportaciones, generando un empleo aproximado de 12.664 puestos de trabajo directo que involucran desde el sector primario, manufactura y servicios.

De los negocios reales de esta Región, claramente se puede ver actividades productivas predominantes que han evolucionado en un alto grado de especialización de negocios como es el caso de los elaborados de la pesca y camarón que por su ubicación geográfica reportan el 100% de la facturación de toda la Región.

Todas ellas ponen en evidencia el proceso de integración vertical de la Provincia, mostrando fuertes posibilidades de evolucionar hacia un “clúster” importante.

#	DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO	Facturación Regional (USD)
1	Elaborados de Pesca (Producción de harina de pescado, conservación y envasado de pescado y productos de pescado como: cocción en salsas, desecación, ahumado, saladura o enlatado)	651.407.798,0
2	Elaboración de Aceite de Palma	360.629.177,0
3	Pesca (Criaderos de peces, de camarones, producción y cría de peces en granjas agrícolas, criaderos de larvas de camarones, ostras y otros moluscos)	218.338.186,1
4	Agricultura y Ganadería (Servicios relacionados cría de ganado, producción de ganado bovino, ovino y porcino)	90.139.386,5
5	Producción de Elaborados de Camarón (Conservación y envasado de crustáceos o moluscos mediante congelado, cocción en salsa, inmersión en vinagre, en salmuera y otros enlatados)	55.332.605,5
6	Turismo	35.903.145,2
7	Producción de Derivados Lácteos (Producción de queso, requesón, yogur entre otros)	364.324,4
FACTURACION TOTAL		1.412.114.623

Figura 2.4. Negocios Actuales en la Región 4

Fuente: Agenda para la Transformación Productiva 2010-2013

De los negocios potenciales se identifican 24 que, pese a un mínimo desarrollo actual de estas actividades, la provincia cuenta con condiciones para su desarrollo como la dotación de factores productivos, y recursos. Tiene especial potencial aquellos negocios que pueden desarrollarse a partir de una estrategia de mayor transformación con enfoque de diferenciación y diversificación productiva.

Este proceso es posible principalmente en los sectores de: procesamiento de alimentos como cacao, plátanos, lácteos y productos de la pesca, así como el turismo y el transporte y logística.

Otras actividades con empresas de prestigio y trayectoria destacadas en la provincia de Manabí se esbozan a continuación:

Productos farmacéuticos y químicos: Química Ariston en Manta y Farmacias Fybeca y Sana Sana en Portoviejo, Manta, Chone y sus alrededores.

Metalmecánica: Inmegar: Empresa para maquinaria de pequeña y mediana empresa agrícola.

Plásticos y cauchos sintéticos: Pika en Ecuador, Portoviejo, Manta y Chone.

Confecciones y calzados: Se comercializan productos a través de empresas como Calzado Ruiz y Calzado Tottos en el Centro Comercial Paseo Shopping de Portoviejo.

Vehículos automotores, carrocerías y partes: General Motors del Ecuador, es la número 5 del top 1000 de las empresas del Ecuador y Omnibus BB transportes es la número 6.

Transporte y logística: Cooperativa de Transporte interprovincial Reina del Camino, Cooperativa de transporte Interprovincial Carlos Alberto Aray, Cooperativa de Transporte Intercantonal 5 de Mayo, Coactur, Turístico, etc.

Las empresas con la cooperación de las universidades han manifestado, que la vinculación entre gobierno, universidad y empresa está tomando importancia en el

intercambio de conocimientos y por ende de relaciones; lo que propicia un ambiente donde estas vinculaciones son consideradas como parte del desarrollo de un país generando nuevos conocimientos. (Chang, Helene; 2010)

2.2.1.1.3. Estado

El papel del Estado a través del gobierno, se constituye en un factor primordial para el desarrollo de las vinculaciones entre el gobierno-empresa-universidad. El modelo de la Triple Hélice implica para su adecuado funcionamiento una participación activa del gobierno a través de la legislación, instrumentos e incentivos fiscales propicios para el fomento y dinamismo de las relaciones universidad-empresa.

Por otro lado, el desarrollo de una legislación que incentive el desarrollo de las empresas en el interior de las universidades, beneficia en gran medida la vinculación empresarial con la universidad.

Normativa:

La normatividad emanada en la República del Ecuador para el desarrollo emprendedor se acoge a lo que establece la Constitución de la República del Ecuador en su artículo 3.5, donde se destaca como deber primordial del Estado, planificar el desarrollo nacional, erradicar la pobreza, promover el desarrollo sustentable y la redistribución equitativa de los recursos y la riqueza, para acceder al buen vivir. El artículo 39 de la Carta Suprema dispone que el Estado garantizará los derechos de los jóvenes y promoverá su efectivo ejercicio a través de políticas y programas, instituciones y recursos que aseguren y mantengan de modo permanente su participación e inclusión en todos los ámbitos, reconoce a los jóvenes como actores estratégicos de desarrollo del país y fomenta su incorporación al trabajo en condiciones justas y dignas, con énfasis en la capacitación, la garantía de acceso al primer empleo y la promoción de sus habilidades de emprendimiento.

La Constitución de la República reconoce y garantiza a las personas el derecho a desarrollar actividades económicas, en forma individual o colectiva, conforme a los principios de solidaridad, responsabilidad social y ambiental (Art. 66. 15), lo que

implica que para la consecución del *buen vivir* es deber del Estado impulsar el desarrollo de las actividades económicas mediante un orden jurídico e instituciones políticas que la promuevan, fomenten, y defiendan mediante el cumplimiento de la Constitución y la ley, como lo contempla el artículo 277.5 de la Carta Magna.

La Constitución de la República estipula también en su artículo 329, que es derecho de los jóvenes ser sujetos activos en la producción, así como en las labores de auto-sustento, cuidado familiar e iniciativas comunitarias, para lo cual se debe impulsar condiciones y oportunidades orientas a este fin; para lo cual el Estado debe diseñar una estructura institucional que brinde asesoramiento para la creación de nuevas empresas, educando para el emprendimiento en las diferentes instituciones educativas del país, públicas y privadas, en apoyo a las principales dificultades de los jóvenes al momento de emprender un nuevo negocio, de constituir y hacer operativa legalmente una empresa en el país, por su complejidad y costos, fuertes imposiciones tributarias y el acceso a un capital para iniciar el negocio

Políticas e incentivos:

Ecuador es un país que se ha caracterizado por la producción y exportación de bienes primarios a pocos destinos, limitando las posibilidades de desarrollo. La intención del gobierno actual es que paulatinamente estas acciones vayan cambiando. Un caso que se puede citar a manera de ejemplo es el Producto Interno Bruto (PIB) industrial, que durante el 2007 y el 2011, creció anualmente un 4,3%; en 2000-2006 fue menor con el 3,3% y en el período de 1994-1999 un 0,7%.

El propósito del Gobierno radica en un encadenamiento productivo transformador basado en la utilización de recursos naturales, aplicación de la investigación -en industrias básicas-, manipulación de la mano de obra especializada, industrialización, distribución, consumo y exportación, para de esta manera dar movimiento integrador a la matriz productiva, cuyas aristas de desarrollo están estratégicamente integradas en el Plan Nacional de Desarrollo de país.

Las 30 Empresas Públicas creadas por el Estado para generar empleo, producir bienes y servicios, desarrollar capacidades tecnológicas, manejar recursos naturales y sectores estratégicos, y suministrar servicios de energía y telecomunicaciones, entre otros, se enmarcan en los objetivos del Plan Nacional del Buen Vivir, el cual a través de sus 12 objetivos y revoluciones, busca la participación de las Empresas Públicas en la transformación productiva del país.

A través del Plan Nacional para el Buen Vivir 2013-2017 se han plasmado los lineamientos de planificación para todas las empresas públicas. Para ello, en los directorios de cada una se da énfasis al direccionamiento estratégico, enfocando una gestión financiera eficiente que incluya fortalecimiento de capacidades, vinculación con la economía local y nacional, planificación de compras empresariales, transferencia, desarrollo y desagregación tecnológica.

Entre los retos de la Administración Pública para los próximos años, está impulsar encadenamientos productivos entre las Empresas Públicas y la economía nacional, privilegiar la compra de insumos a productores nacionales, privilegiando a empresas ecuatorianas, y consolidar alianzas estratégicas con industrias del sector privado.

De las 30 empresas públicas, 27 son de propiedad estatal y tres son de economía mixta. Mientras que los Gobiernos Autónomos Descentralizados (GAD's) han creado alrededor de 212 empresas.

Dentro del cambio de la matriz productiva, que busca la sustitución estratégica de las importaciones, uno de los ejes fundamentales es la capacitación en la creación de emprendimientos para los ciudadanos, para lo cual el Estado destinó una inversión superior a los 540 millones de dólares durante el año 2012. Estos fondos se destinaron a la construcción de infraestructura para la capacitación de los potenciales emprendedores y trabajadores para el sector industrial. (Telégrafo, 2013)

La cartera de Estado destinó una inversión aproximada de 700 millones de dólares a la implementación de 62 Centros de Desarrollo Empresarial y Apoyo al

Emprendimiento (Telégrafo, 2013), al que se suman 214 Infocentros del Ministerio de Telecomunicaciones que forman parte de esta red. (Gutiérrez, 2013)

Para fortalecer la presencia del Estado en las distintas regiones del país se definieron programas de redes de apoyo al emprendimiento productivo e incubación, donde conjuntamente con varios Centros de Educación Superior Estatales y con los GAD's Municipales y Provinciales en las siete regiones del país, se fomenta la cultura emprendedora, de desarrollo económico local, diseñado para asistir a la creación y crecimiento de empresas en un territorio determinado, según sus vocaciones productivas, logrando encadenamiento productivo.

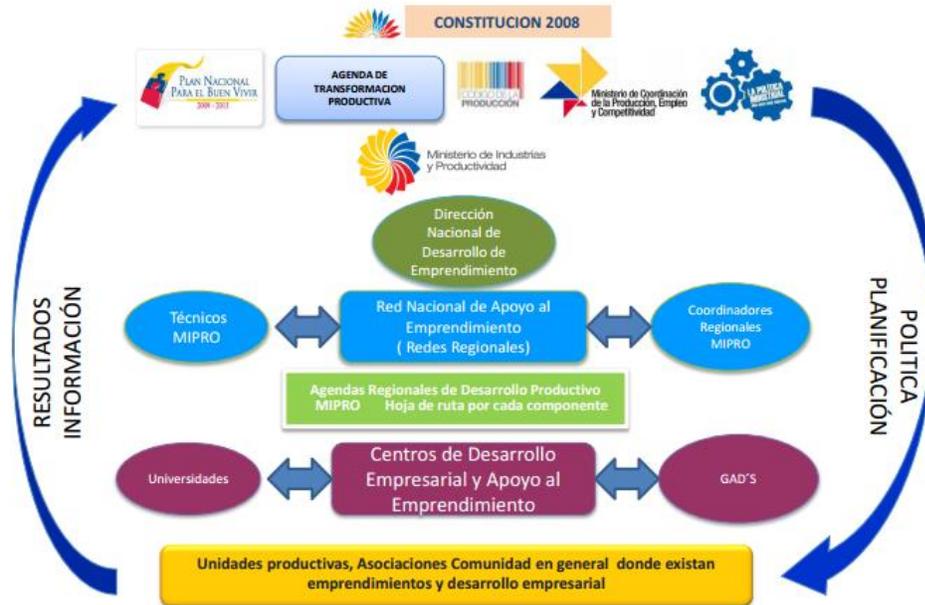


Figura 2.5. Estrategia de Intervención para el Desarrollo del Emprendimiento, MIPRO

Fuente: www.uasb.edu.ec (2014)

El Gobierno Nacional durante los últimos años ha venido implementando una serie de programas de apoyo al emprendimiento, así instituciones como la Secretaría Nacional del Migrante o el Ministerio Coordinador de la Producción y Empleo son organizaciones gubernamentales que promueven la creación de negocios.

Según los resultados del Monitor Global del emprendimiento, se destacó que las iniciativas de gobierno ecuatoriano incentivaron la creación de nuevos negocios en 2010, entre los cuales se destacan legislaciones, programas e instituciones financieras.

Un recurso de sustento legal emanado por el gobierno para estimular el emprendimiento ha sido el Código de la Producción, a través del cual se respalda la creación de empresas con incentivos. Entre ellos la exoneración del impuesto a la renta por 5 años a empresas que fabriquen bienes usualmente importados como abonos, fertilizantes, electrodomésticos, detergentes, cosméticos, calzado, entre otros. También hay deducciones de Impuesto a la Renta a quienes hagan capacitación para investigación, desarrollo e innovación tecnológica.

El gobierno ecuatoriano impulsa varios programas y créditos que permitan a los emprendedores iniciar su propio negocio. Entre los más destacados está el proyecto Emprende Ecuador con financiamiento de hasta USD 60 mil. La Senami tiene el fondo Cucayo, creado para migrantes emprendedores que regresan a Ecuador.

El Banco Nacional de Fomento (BNF) otorga financiamiento a empresas de los sectores de agricultura, pesca y pequeña industria forestal y turismo. Los montos van desde USD 420 hasta USD 300 mil.

El Ministerio Coordinador de la Producción Empleo y Competitividad, impulsa desde 2010 el programa Emprende Ecuador. Este proyecto también promueve la creación de nuevos negocios. En la primera fase se otorga asesoría profesional para la creación de un plan de negocios e investigación de mercado. Una vez aprobada esta fase, Emprende Ecuador da hasta USD 60 mil para la ejecución del proyecto. También emplea recursos promocionales como ferias inversas, que tienen por objetivo fomentar la sustitución estratégica de importaciones y la oferta exportable a través de promover la oferta de las MIPYMES y emprendedores productores de bienes y servicios.

A través de estos recursos se promueve en los empresarios la promoción de sus productos y/o servicios, acompañamiento a microempresarios y emprendedores en la realización de negocios; ampliación en la información de mercado; oportunidad de realizar contactos en un solo lugar y en poco tiempo; mejorar la competitividad de las empresas al conocer las tendencias de los sectores; lograr alianzas empresariales e institucionales que apoyen a los sectores; disminuir costos de promoción; facilitar las

negociaciones directas con los compradores y otros organismos de apoyo a los sectores. (Gutiérrez, 2013)

A pesar de los esfuerzo que realiza el gobierno por impulsar el sector emprendedor, a criterio de expertos, las políticas de gobierno son desfavorables para este sector, específicamente por su inestabilidad y la incertidumbre que generan, en particular la poca continuidad de las políticas dirigidas a los emprendedores, y la política de comercio exterior, unido a los excesivos trámites para creación de empresas, las cargas tributarias y laborales y la falta de incentivos fiscales. La falta de crédito, capital de riesgo, redes de inversores ángeles, ausencia de productos bursátiles, entre otros, son las principales debilidades asociadas a este factor y que podrían detener la intención de crear empresa. (GEM, 2013)

En el año 2012, el clima económico, las normas sociales y culturales, y los programas de gobierno fueron considerados por los expertos como los tres factores más favorables para el emprendimiento; no así las políticas de gobierno y el apoyo financiero, que fueron dos de los factores que menos favorecían la actividad emprendedora y más bien constituían un obstáculo para su desarrollo; la educación y el entrenamiento y la capacidad emprendedora también se presentaron como debilidades del entorno, lo que no constituyó una preocupación en el 2013, aunque a la baja capacidad de gestión y escasez de talento se le atribuye la responsabilidad en los problemas de crecimiento de las empresas de la región. (CAF, 2013; citado en GEM, 2013).

A continuación se citan varios programas desarrollados por varias carteras de Estado dirigidos a Emprendedores:

Vicepresidencia de la República: Programa Progresar, para los pequeños y medianos emprendedores. El programa está integrado por tres productos: Fondo de Garantía, Activos Fijos y Capital de Riesgo. El Fondo de Garantía, igual que su predecesor Fogamype, es un producto diseñado para apoyar a emprendedores que no cuentan con las garantías suficientes para acceder a un crédito. (Agencia de Noticias Andes, abril de 2013)

El Proyecto Integración Laboral para Personas con Discapacidad, creado en 2012 y ejecutado por SETEDIS. Beneficia a personas con discapacidad o enfermedades catastróficas provenientes de diversas provincias y permite mostrar sus proyectos en Ferias de Emprendimiento e Inserción Laboral, con el objetivo de generar una alternativa productiva para este sector social en el que la integración laboral de personas con discapacidad en el sistema productivo del país se plantea a través de dos modelos de intervención: la inserción laboral y el fomento del autoempleo a través de la creación de emprendimientos. En esta actividad se involucran instituciones como la Secretaría Técnica de Discapacidades (SETEDIS), Ministerio de Relaciones Laborales (MRL), el Servicio Ecuatoriano de Capacitación Profesional (Secap), el Consejo Nacional de Discapacidades (Conadis), el Banco Nacional de Fomento (BNF) y el Ministerio de Industrias y Productividad (Mipro), quienes actúan como co-ejecutores.

Ministerio de Relaciones Exteriores y Movilidad Humana: Programas de apoyo a la ciudadanía desde la Embajada de Ecuador en los Estados Unidos, denominados: “Internacionalización y Expansión de Empresas Ecuatorianas” y “*Start Up* Ecuador en USA”, para apoyar a los empresarios que viven en el país en hacer nexos con inversionistas estadounidenses e incentivar a quienes residen en Estados Unidos, a través de un programa de incubación. (Ministerio de Relaciones Exteriores y Movilidad; julio 30, 2014)

Ministerio de Relaciones Laborales: En lo que se refiere al eje de Inserción Laboral, el cual se trabaja de forma coordinada, desde el 2010 a agosto de 2013, un total de 57.987 personas con discapacidad fueron insertadas en el campo laboral, con verificación del cumplimiento de la Ley en 24.925 empresas. (Agencia de Noticias Andes, noviembre de 2013)

Ministerio de Industrias y Productividad: El Ministerio de Industrias y Productividad, a través del Programa FONDEPYME, tiene como objetivo contribuir a mejorar las condiciones y capacidades de las micro, pequeñas y medianas empresas

de manera asociada o en forma individual que son productoras de bienes o servicios de calidad a nivel nacional. (<http://www.industrias.gob.ec/>)

Ministerio de Inclusión Económica y Social: A través del Instituto Nacional de Economía Popular y Solidaria, el MIES quiere Impulsar la Economía Popular y Solidaria a través de la promoción, fomento y proyección de la producción, distribución y consumo de bienes y servicios y el acceso a activos productivos, con el fin de contribuir a la realización del buen vivir. (<http://www.inclusion.gob.ec/>)

Instituto de Economía Popular y Solidaria: Presentación de proyectos como: Sistema de Comercialización de productos con países miembros de la Alianza Bolivariana para los Pueblos de Nuestra América (ALBA) a través del sistema unitario de compensación regional de pagos (SUCRE); “Emprendimiento Manabitas Laboriosas”, “Azuchifle” “Asociación de Mujeres Emprendedoras”, “Emprendimiento de los Pueblos Afroecuatorianos de la Costa”, “Herencia Verde”, “Ashawaka”, “La Tonga” y “Sabrolin’s”. (**Ministerio de Relaciones Exteriores y Movilidad; Noviembre 13, 2013**)

Emprende Ecuador: Programa de apoyo a ciudadanos para la creación de negocios con potencial de crecimiento, innovador o altamente diferenciado. (<http://www.emprendecuador.ec/portal/>)

Creecuador: El Programa Creecuador tiene como fin fomentar el desarrollo productivo y territorial en el país, facilitando el acceso a la propiedad empresarial. Esto se lo realiza a través de programas y herramientas que apoyan la puesta en marcha de proyectos de transformación productiva, que generen desarrollo en las distintas regiones del país. (<http://www.creecuador.com.ec/>)

Secretaría Nacional del Migrante: El programa Fondo Concursable "El Cucayo" apoya a las personas ecuatorianas migrantes emprendedoras para iniciar un negocio propio o ampliar uno ya existente que sean financieramente rentables. El Programa Fondo Concursable "El Cucayo" mantiene la apertura para receptar ideas de negocio en las distintas áreas productivas, pero quiere motivar de manera especial para la

presentación de Ideas de negocio en las áreas Turísticas, Ambientales y Culturales.
(<http://www.migrante.gob.ec/>)

Innovaecuador: InnovaEcuador apoya proyectos integrales que generen un impacto en la empresa o a nivel sectorial con el objetivo de promover las condiciones de innovación para generar cambios que aumenten la productividad y mejoren la competitividad del tejido productivo del Ecuador.
(<http://www.innovaecuador.gob.ec/>)

2.2.3. Fortalecimiento del Desarrollo Emprendedor

A manera de constructo es posible definir al fortalecimiento del desarrollo emprendedor como un proceso que pretende brindar herramientas al emprendedor para ayudarlo a mejorar sus capacidades productivas, orientándolo a la obtención de mayores beneficios de su actividad empresarial, haciéndola sostenible y sustentable.

En el Ecuador, existen un sinnúmero de actividades de apoyo y fortalecimiento al emprendedor cuyos resultados no han sido verdaderamente significativos debido a la concentración de esfuerzos en el desarrollo de la idea de negocio y poca atención a la ubicación de mercados y comercialización de productos.

Para articular adecuadamente a este importante sector de desarrollo social e impacto económico se deben considerar aspectos de asistencia o apoyo técnico, delineados a partir de la consideración de la naturaleza del negocio y consecuentemente de las necesidades de profesionalización que incurran en la promoción de capacitación de pertinencia. Asimismo, se debe potenciar tanto la creación de escenarios que sirvan de semilleros de ideas de negocio, como la adecuada articulación de política, leyes y reglamentos, que estimulen la producción nacional en procesos de manufactura y de servicios de calidad.

2.2.3.1. Actividad Empresarial

Teniendo en cuenta la relación persona, empresa y entorno, las características de los estudios del emprendimiento se refieren a empresarios de otras culturas, que nada tienen que ver con el entorno colombiano y latinoamericano; de aquí se desprende que la concepción colombiana y latinoamericana del emprendimiento sea diferente de la de otras latitudes, donde las concepciones culturales y económicas influyen mucho el fenómeno emprendedor. Por ello, hay que estudiar el fenómeno emprendedor colombiano para entender qué características culturales y económicas influyen tanto en la creación de nuevas empresas como en el crecimiento de las que ya existen.

Ninguna definición de emprendimiento es lo suficientemente precisa o descriptiva para los ejecutivos que desean tener más emprendimiento, ya que todo el mundo desea ser innovador, flexible y creativo. En contraposición, por cada empresa establecida hay miles de nuevos negocios, tiendas de ropa y empresas consultoras, que presumiblemente han tratado de ser innovadoras, de crecer y mostrar otras características que demuestran la existencia de emprendimiento en un sentido dinámico, pero que han fracasado.

Áreas de desarrollo:

Se toma esta consideración desde la perspectiva de áreas donde se realizan actividades económicas de producción, comercialización de bienes y prestación de servicios que serán promovidos fomentando la asociación y la solidaridad.

En la realidad ecuatoriana, especialmente enfocado en la provincia de Manabí, las principales actividades desarrolladas a nivel micro empresarial están vinculadas a: comercio, turismo, artesanal, industrial, ecológico, social.

La forma de organización en la que son concebidas puede variar conforme la necesidad o la oportunidad en la generación del negocio. De este modo, podemos encontrar microempresas estructuradas de forma:

- Individual: Los emprendidos por una sola persona.
- Colectiva: como el conjunto de individuos que se han unido en forma voluntaria para interactuar organizadamente en la generación de una actividad empresarial.
- Asociativo: Conjunto de asociaciones constituidas por personas naturales con actividades económicas productivas similares o complementarias.
- Familiar: Conjunto de iniciativas que involucran a personas unidas por lazos filiales para gestionar una opción de negocio que genere ingresos económicos para su sustento.
- Comunal: Conjunto de organizaciones, vinculadas por relaciones de territorio, familiares, identidades étnicas, culturales, de género, de cuidado de la naturaleza, urbanas o rurales; o, de comunas, comunidades, pueblos y nacionalidades.

2.2.3.2. Formación Continua

Profesionalización: Se constituyen en servicios orientados hacia la formación de pequeños empresarios o personas naturales con ideas de negocios definidas, con el propósito de proveerles de destrezas y habilidades en administración, finanzas, mercadeo, producción, administración de personal y otras áreas relacionadas a la actividad empresarial.

Generalmente están orientados a sectores específicos definidos por límites geográficos, sustentados en un cronograma de trabajo preciso considerado a través de un proyecto en el que se establece un presupuesto para su ejecución.

Entre los temas más destacados en los que se debe capacitar al emprendedor están:

- Orientación financiera

- Investigación de mercado
- Contabilidad
- Tributación
- Planes de negocio
- Redes de contacto

2.2.3.3. Las instituciones

Se relaciona con las instituciones: estas son las que organizan la producción y hacen uso del conocimiento tecnológico. Podemos dividir las en tres subcategorías: 1) Los "agentes híbridos de innovación", como las transferencias de alta tecnología de la universidad o las sociedades de participación de capital establecidas por universidades. Estos son directamente responsables de la producción y del uso del conocimiento y constituyen formas híbridas de interacción entre la universidad, la empresa y el gobierno. 2) Las "interfaces de innovación" entre la empresa y la investigación. 3) Los "coordinadores de la innovación", responsables de la coordinación y de la gestión de las diversas fases de la actividad innovadora. Entre las subcategorías 2 y 3 se pueden encontrar todas las instituciones que operan como apoyo de los organismos tradicionales de investigación, tales como las agencias regionales de transferencia tecnológica. Su tarea consiste en adoptar un planteamiento "de arriba a abajo" para organizar las interacciones entre la empresa y la investigación pública, la difusión del "know-how" tecnológico en la región, etcétera.

Agentes híbridos de innovación:

Como las transferencias de alta tecnología de la universidad o las sociedades de participación de capital establecidas por universidades. Estos son directamente responsables de la producción y del uso del conocimiento y constituyen formas híbridas de interacción entre la universidad, la empresa y el gobierno, parques científicos, capital de riesgo, incubadoras, entre otros.

De esta manera transformar la investigación académica en un valor empresarial es el objetivo que persiguen las empresas de base tecnológica que se crean desde el entorno universitario. Este modelo empresarial, que surge a partir de proyectos desarrollados por grupos de investigación, permite difundir y aprovechar el conocimiento generado en las universidades y abrir nuevas puertas laborales a los investigadores universitarios.

Para denominar a estas empresas, se ha recurrido a un término anglosajón "*spin-off*", que se refiere a aquellas empresas que se crean en el seno de otra empresa o entidad ya existente; en el caso de las "*spin-off*" universitarias, aquellas que se generan en las universidades y en las que participan empleados o miembros de la comunidad universitaria, contando normalmente con un apoyo, ya sea de infraestructuras o financiero, por parte de la empresa matriz y en algunos casos por parte de las administraciones públicas.

Interfaces de innovación:

Como elemento de comunicación que permite la generación de innovación a través del intercambio de datos.

Coordinador de innovación:

Responsables de la coordinación y de la gestión de las diversas fases de la actividad innovadora. Entre las subcategorías 2 y 3 se pueden encontrar todas las instituciones que operan como apoyo de los organismos tradicionales de investigación, tales como las agencias regionales de transferencia tecnológica. Su tarea consiste en adoptar un planteamiento "de arriba a abajo" para organizar las interacciones entre la empresa y la investigación pública, la difusión del "*know-how*" tecnológico en la región, etcétera.

2.2.3.4. Las leyes y reglamentos

Este nivel macro es esencial para establecer las directrices de los incentivos políticos: el actor tomará decisiones de acuerdo con el marco normativo y con los incentivos financieros existentes. Concebidos como:

- **Incentivos políticos:** Leyes y reglamentos de estímulo al emprendedor
- **Incentivos financieros:** Programas de estímulo a través de financiamiento
- Además de las herramientas tradicionales de política de Ciencia y Tecnología tales como la legislación sobre derechos de la propiedad y sobre autonomía de las universidades, se han experimentado algunas herramientas efectivas, como es el caso en el mercado estadounidense con leyes de apoyo a las actividades de capital riesgo para empresas de alta tecnología; un sistema bursátil que ayuda a las empresas de alta tecnología, entre otras.

2.3. Definición de términos básicos

2.3.1. Triple Hélice

El concepto “triple hélice” describe un modelo espiral de innovación que captura múltiples relaciones recíprocas en diferentes puntos del proceso de capitalización del conocimiento. La primera dimensión de este modelo es la transformación interna de cada una de las hélices, como el desarrollo de relaciones bilaterales entre compañías a través de alianzas estratégicas o la definición de una misión comprometida con el desarrollo económico por parte de las universidades. La segunda, es la influencia de una de las hélices sobre otra, por ejemplo el rol del gobierno al establecer políticas de industrialización que incentiven al sector privado. Y la tercera dimensión es la creación de redes y organizaciones – para la interacción entre las tres hélices – cuyo objetivo principal debe ser generar nuevas ideas y formatos para el desarrollo de tecnología (Leydesdorff, 2012)

2.3.2. Universidad

El origen del concepto Universidad radica en el vocablo “*universitas*”, tecnicismo jurídico empleado para designar un conjunto de cosas (“*universitas rerum*”) o de personas (“*universitas personarum*”), a los que el derecho consideraba de modo unitario. En particular, el concepto universidad se vincula al significado de *universitas personarum* del derecho Romano; es decir, “*universitas*” no debe entenderse en sentido objetivo, como universalidad de conocimiento, o conjunto de todas las ramas del saber humano, sino en sentido subjetivo como asociación o corporación de maestros, de alumnos o de ambos. El término “universidad” fue empleado en la Edad Media. Anteriormente se empleaba la expresión “*Studium Generale*” para designar una institución de enseñanza superior para la teología, el derecho y la medicina, a la que acudían los estudiantes de los diversos países. (Chaves José; n.d)

La universidad exige humildad intelectual, disciplina rigurosa, dedicación al estudio y una disposición genuina al reexamen continuo de nuestras ideas. Este proceso supone la tolerancia y la comprensión ante las ideas del prójimo. Las recompensas que recibe el verdadero estudiante son infinitas.

2.3.3. Empresa

Para tener un criterio claro sobre la definición de lo que es una empresa se ha considerado las apreciaciones planteadas por María de los Ángeles Gil y Fernando Giner, en su obra *Cómo crear y hacer funcionar una empresa*; donde se indica que según las diferentes consideraciones que se dieron dentro de la literatura económica se llega a definir la empresa desde varios puntos de vista:

- a) Como institución del empresario: esta definición está ligada al concepto más antiguo de una unidad económica dirigida por un empresario, donde no hay ningún tipo de diferencia entre el propietario de la empresa y el que la dirige.
- b) Como unidad de beneficio: este concepto es una variación del concepto anterior, donde el único sentido de la empresa es la orientación de un excedente económico. En este sentido sólo se consideran como empresas

aquellas unidades económicas que dan un superávit a los empresarios privados, quedando excluidas las empresas públicas, cooperativas, etc.

- c) Como explotación de producción independiente: este concepto es aportado por E. Kosiol y supone uno de los conceptos más amplios que dentro de la literatura germana.
- d) Como unidad jurídica y financiera, que considera únicamente aspectos parciales de la empresa como su forma jurídica o su vertiente financiera.
- e) Como objeto de conocimiento formal de la Economía de la Empresa, caracterizada por el criterio de beneficio y riesgo. Esta es una aportación de W. Rieger y su escuela.
- f) Como concepto diferenciado del de explotación: Erich Gutenberg diferencia entre los términos “explotación” y “empresa”.
- g) Como combinación de factores: toda la actuación de la empresa lleva a la realización de una actividad de producción o de prestación de servicios. Para ello debe realizarse una combinación de los diferentes factores de producción.
- h) Desde el punto de vista instrumental se considera la empresa desde una perspectiva integral que la estudia como una unidad donde se mezclan no sólo fenómenos económicos, sino también otros subsistemas económicos-sociales más amplios. Con esta interpretación se quiere destacar el hecho de que la empresa es un sistema social, o sea, un fenómeno de la sociedad.
- i) Como organización, define a la empresa como un conjunto de medios humanos y materiales que se disponen para conseguir una finalidad según un esquema determinado de relaciones y dependencias entre los elementos que la componen.
- j) Como un sistema, la empresa está formada por un conjunto de partes interrelacionadas de forma directa o indirecta para conseguir una finalidad.
- k) Como concepto vinculado a un orden económico hay que plantearse si todos los fenómenos económicos de la empresa son iguales, sea cual sea el orden económico en el que se sitúan.

2.3.4. Estado

El Estado propiamente concebido, es un conjunto de organizaciones administrativas, políticas y militares encabezadas y más o menos coordinadas por una autoridad ejecutiva. Cualquier estado en primer lugar y fundamentalmente extrae recursos de la sociedad y los despliega para crear y apoyar organizaciones coercitivas y administrativas. Los sistemas políticos también contienen instituciones en las que se representan intereses sociales al elaborar las políticas estatales así como instituciones a través de las que se moviliza a actores no estatales para participar en la realización política. A pesar de todo, las organizaciones administrativas y coercitivas son la base del poder estatal (Theda Skocpol, 1979)

2.3.5. Emprendimiento

El término “emprendedor tiene su origen en la antigua palabra francesa “*entrepreneur*” la cual ya se utilizaba en la Edad Media para designar a los comerciantes que asumían el riesgo –muchas veces de su propia vida- de viajar entre dos ciudades para realizar comercio entre ellas, pero con la particularidad de ser siempre financiados por un tercero. Un claro ejemplo son los hermanos Polo, cuyo famoso hijo Marco, es una muestra documentada de iniciativa individual. A lo largo de los años el concepto se fue ampliando, pero manteniendo siempre el carácter de aquella persona que asume personalmente el riesgo del éxito o fracaso de un proyecto comercial. Su posterior consolidación como un concepto formal del mundo de los negocios, se debe a la contribución del economista austriaco nacionalizado estadounidense, Joseph Schumpeter, quien destacó la capacidad de innovar del emprendedor, desarrollando nuevos productos o formatos que se traducen en profundas transformaciones y reorganizaciones en los mercados. (Cortés Patricio; 2009)

CAPITULO III: RESULTADOS

3. RESULTADOS

3.1. Resultados de la encuesta aplicada al sector emprendedor de la provincia de Manabí, Ecuador

La muestra tomada para la realización de la encuesta consideró 258 emprendimientos ubicados en distintos cantones de la provincia de Manabí, de acuerdo a la fórmula para muestreo infinito aplicada.

El detalle de los emprendimientos encuestados se puede apreciar el en anexo #2.

Tabla 3.1. Tipo de actividad empresarial a la que se dedican los emprendedores de la provincia.

Opciones	Frecuencia	%
Comercial	164	64
Turística	8	3
Industrial	3	1
Ecológico	3	1
Artesanal	52	20
Social	5	2
Servicios	23	9
Total	258	100

Fuente: Emprendedores de diversos cantones de la provincia de Manabí
Elaborado por: Feijó, (2014)

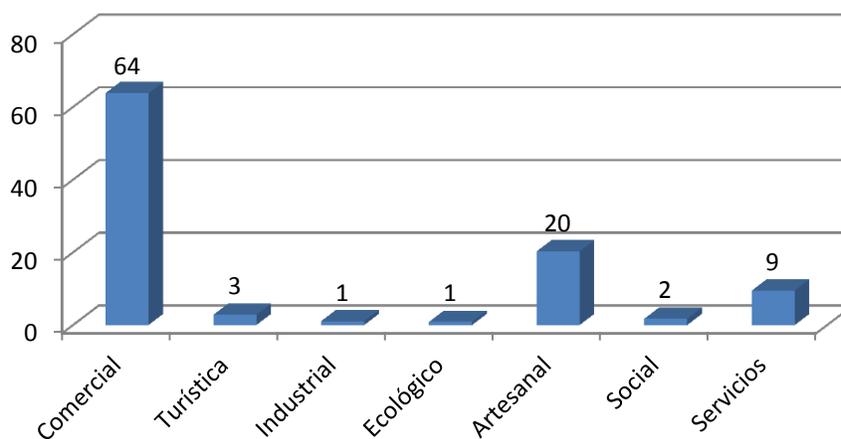


Figura 3.1. Tipo de actividad a la que se dedican los emprendedores de la provincia de Manabí
Fuente: Emprendedores de diversos cantones de la provincia de Manabí
Elaborado por: Feijó, (2014)

ANÁLISIS:

De acuerdo a la encuesta aplicada, las principales actividades a las que se dedican los emprendedores de la provincia de Manabí son: comercial y artesanal, cuyos porcentajes representan el 64% y el 20% respectivamente, seguidas de las actividades de servicio con un 9%, turística 3%, social 2% e industrial y ecológico con un 1% cada una.

La necesidad de emprender incide en la búsqueda de soluciones rápidas para la generación de recursos económicos para las familias, por lo que la compra y venta de artículos adquiere una aparente visión de rápidos ingresos con menor esfuerzo, actividad que a la larga no representa un beneficio real para el individuo, ni para el país, que requiere un movimiento económico significativamente importante.

Tabla 3.2. Tipo de emprendimiento de acuerdo a su constitución

Opciones	Frecuencia	%
Individual	95	36
Colectivo	5	2
Asociativo	19	7
Familiar	139	54
Comunal	0	0
TOTAL	258	100

Fuente: Emprendedores de diversos cantones de la provincia de Manabí
Elaborado por: Feijó, (2014)

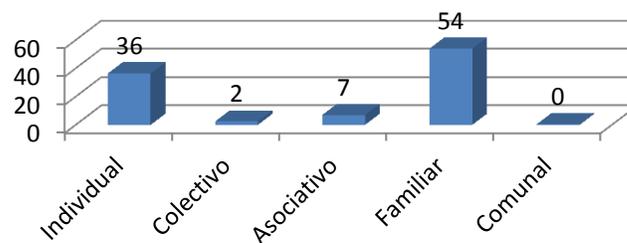


Figura 3.2. Tipo de emprendimiento de acuerdo a su constitución y número de integrantes
Fuente: Emprendedores de diversos cantones de la provincia de Manabí
Elaborado por: Feijó, (2014)

ANÁLISIS

En relación a los tipos de emprendimiento de acuerdo a su constitución, los resultados indican que los emprendimientos familiares representan el 54%, seguido de los emprendimientos individuales con un 36%, los asociativos registran un 7%, mientras que los colectivos apenas un 2%.

El poco conocimiento en el mercado, mano de obra poco especializada, incita al individuo a organizar sus negocios considerando el núcleo familiar como principal soporte para la base de su gestión como microempresario, igual ocurre con los emprendimientos individuales, donde familias jóvenes intentan a través de distintos medios, experimentando con diversos productos; obtener ingresos para ellos y sus familias. Los emprendimientos de tipo asociativos, colaborativos o colectivos, están recibiendo recientemente la atención que requieren a través de políticas de economía popular y solidaria, destinadas a la gestión de microcréditos, creación de cajas comunales e incorporación de pequeño empresario a través de programas de gobierno con asignaciones a través concursos públicos.

Tabla 3.3. Número de personas que laboran en los negocios encuestados

Opciones	Frecuencia	%
De 1 a 3	174	67
De 5 a 7	54	21
De 8 a 10	15	6
Más de 11	15	6
TOTAL	258	100

Fuente: Emprendedores de diversos cantones de la provincia de Manabí
Elaborado por: Feijó, (2014)

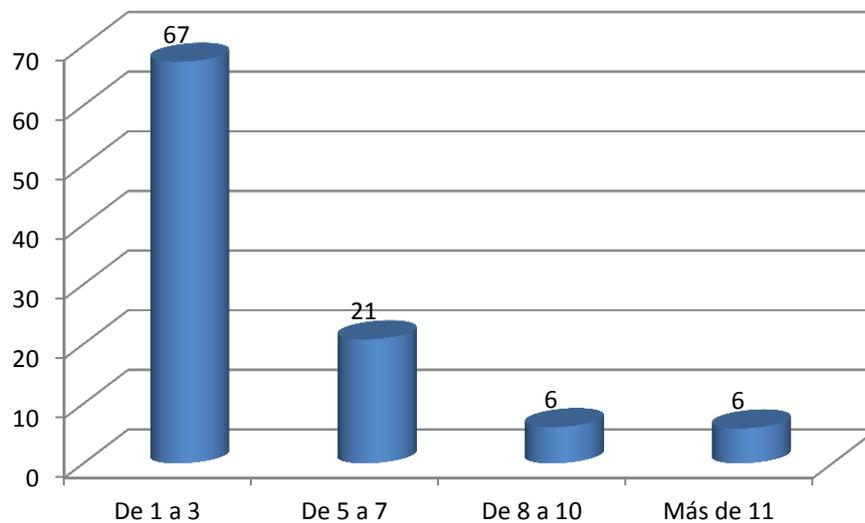


Figura 3.3. Número de personas que laboran en los negocios encuestados
Fuente: Emprendedores de diversos cantones de la provincia de Manabí
Elaborado por: Feijó, (2014)

ANÁLISIS:

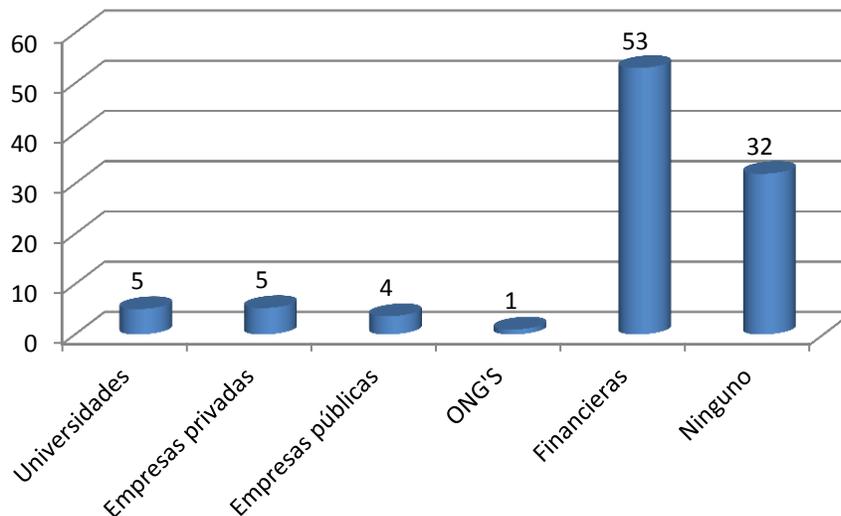
De los negocios encuestados, un 67% brindan trabajo entre 1 y 3 personas; un 21% de 5 a 7; mientras que un 6% genera entre 8 y 10 puestos de trabajo y 6% más de 11.

Las medidas gubernamentales en la actualidad obligan al patrono al aseguramiento de sus empleados con reconocimiento de todos los beneficios que por Ley le corresponden, lo cual es una práctica de gran beneficio social, pero que limita a los negocios nacientes a la incorporación de nuevos operarios debido a los pocos ingresos que se generan durante los primeros años de actividad económica.

Tabla 3.4. Organizaciones de las que reciben apoyo los emprendedores

Opciones	Frecuencia	%
Universidades	13	5
Empresas privadas	13	5
Empresas públicas	10	4
ONG'S	3	1
Financieras	136	53
Ninguno	83	32
TOTAL	258	100

Fuente: Emprendedores de diversos cantones de la provincia de Manabí
Elaborado por: Feijó, (2014)



Gráfica 3.4. Organizaciones de las que reciben apoyo los emprendedores
Fuente: Emprendedores de diversos cantones de la provincia de Manabí
Elaborado por: Feijó, (2014)

ANÁLISIS:

Según opinaron varios de los encuestados, las organizaciones de las que reciben más ayuda son de tipo financieras, así lo registra el 53% de los emprendedores, mientras que un 32% afirma no haber recibido ningún tipo de apoyo para su actividad microempresarial; otros indicaron haber sido beneficiados por universidades y con la intervención de la empresa privada, con un 5% cada uno, apenas un 1% manifestó ser apoyado por ONG'S.

Tabla 3.5. Formas de apoyo requeridas por los emprendedores

Opciones	Frecuencia	%
Fuentes de financiamiento	126	49
Orientación financiera	36	15
Asesoría técnica	44	17
Guía en estudios de mercado	41	16
Orientación contable	11	4
TOTAL	258	100

Fuente: Emprendedores de diversos cantones de la provincia de Manabí
Elaborado por: Feijó, (2014)

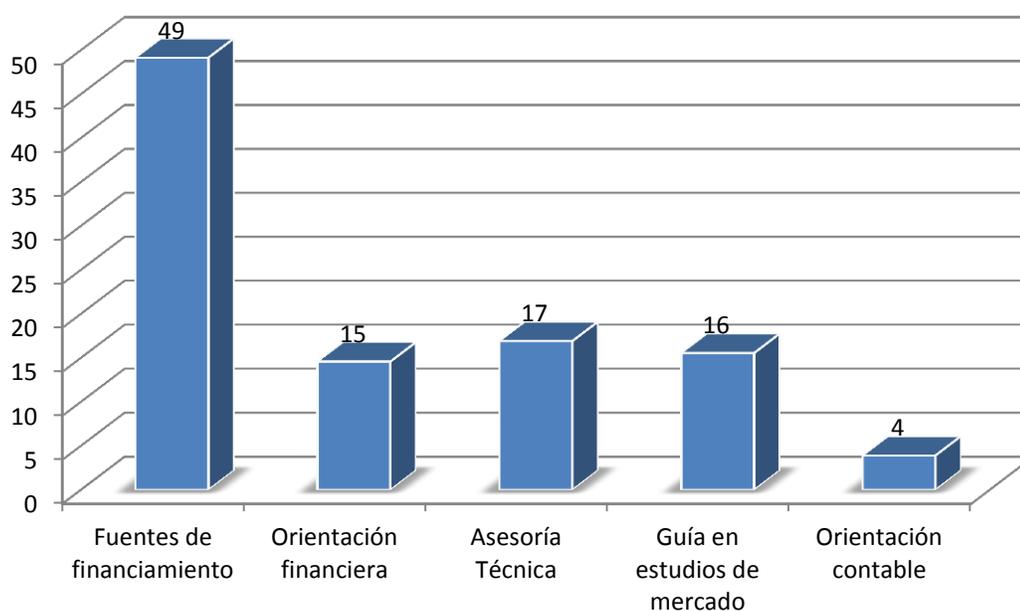


Figura 3.5. Formas de apoyo requeridas por emprendedores
Fuente: Emprendedores de diversos cantones de la provincia de Manabí
Elaborado por: Feijó, (2014)

ANÁLISIS:

Los encuestados en un 49% afirmaron que la principal ayuda que requieren para sus emprendimientos es financiamiento, ya que de esta manera podrían mejorar su manera de hacer negocios y atender mejor a sus clientes; el 17% gustaría recibir asesoría técnica; el 16% prefiere recibir orientación sobre los mercados hacia los cuales puede direccionar la venta de sus productos/servicios, 15% estaría interesado en conocer más sobre términos financieros para sus planes de negocio, 4% expresa requerir orientación contable.

Tabla 3.6. Principales problemas a los que se enfrenta el emprendedor manabita

Opciones	Frecuencia	%
Poco capital	152	59
Desorientación en temas de mercado	36	15
Temas tributarios	34	13
No llevar registros contables	31	12
Competencia	5	2
TOTAL	258	100

Fuente: Emprendedores de diversos cantones de la provincia de Manabí
Elaborado por: Feijó, (2014)

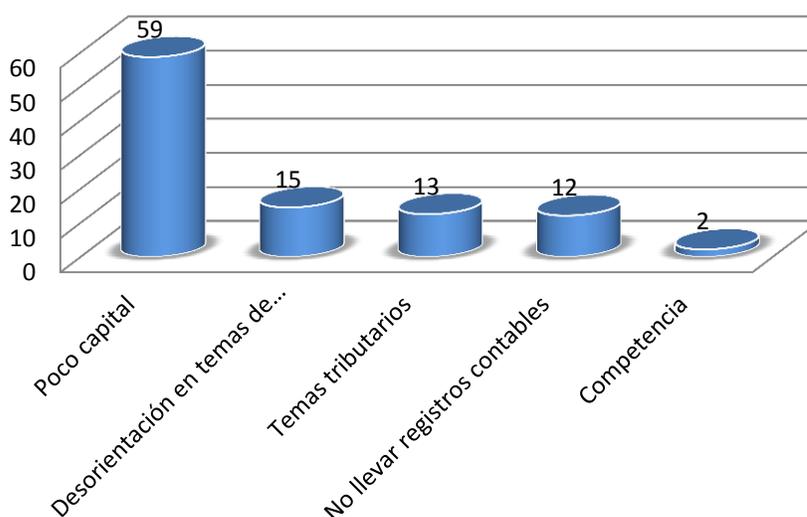


Figura 3.6. Principales Problemas a los que se enfrenta el emprendedor manabita
Fuente: Emprendedores de diversos cantones de la provincia de Manabí
Elaborado por: Feijó, (2014)

ANÁLISIS:

Los principales problemas a los que se enfrentan los emprendedores manabitas en un 59% están vinculados al poco capital; 15% manifiesta estar desorientados en temas de mercado, sin saber hacia dónde direccionar sus productos; 13% desconoce de temas tributarios, que a corto plazo afectan sus negocios; 12% expresa no llevar registros contables, por lo que se entiende que desconocen a cuánto ascienden verdaderamente sus ingresos, 2% afirma tener mucha competencia en el área escogida para emprender.

Tabla 3.7. Consideran los emprendedores importante la vinculación de las universidades, las empresas y el Estado para fortalecer el desarrollo emprendedor

Opciones	Frecuencia	%
Si	253	98
No	5	2
TOTAL	258	100

Fuente: Emprendedores de diversos cantones de la provincia de Manabí
Elaborado por: Feijó, (2014)

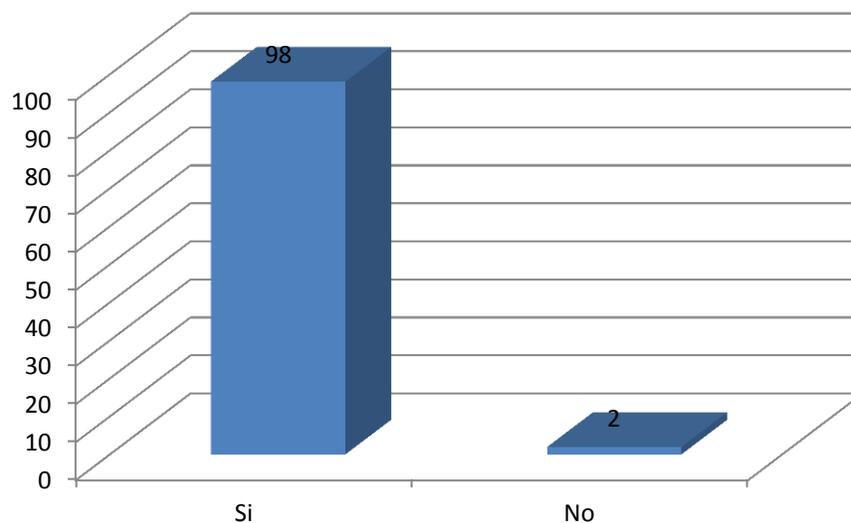


Figura 3.7. Opinión de los emprendedores sobre la existencia de una red de vinculación universidad-empresa-Estado.

Fuente: Emprendedores de diversos cantones de la provincia de Manabí
Elaborado por: Feijó, (2014)

ANÁLISIS:

Al preguntárseles a los encuestados sobre su interés en la conformación de una red de vinculación que involucre a las universidades de la provincia, las empresas y las organizaciones del estado, para fortalecer a los emprendedores e impulsar sus ideas de negocio o brindar orientaciones para el crecimiento de sus actuales emprendimientos, estos afirmaron en un 98% que si es necesaria la creación de esta red; sin embargo, el 2% de los encuestados respondió que no.

Tabla 3.8. Temas en los que los emprendedores consideran deben ser capacitados

Opciones	Frecuencia	%
Orientaciones técnicas <i>in situ</i>	31	12
Mercado, producto, servicios	59	23
Establecimiento de precios	31	12
Ampliar redes de contactos	34	13
Contabilidad básica	39	15
Desarrollo de planes de negocios	28	11
Tributación	36	14
TOTAL	258	100

Fuente: Emprendedores de diversos cantones de la provincia de Manabí
Elaborado por: Feijó, (2014)

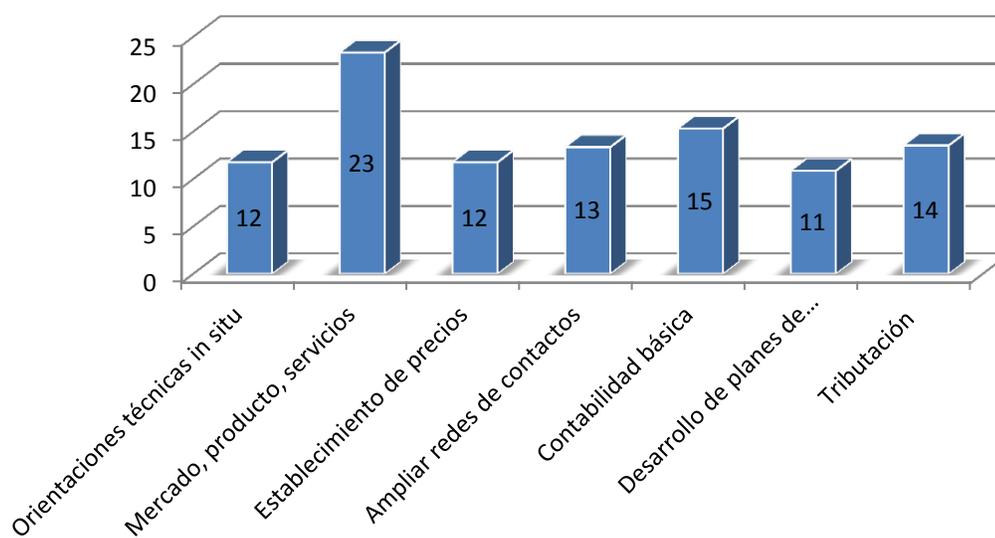


Figura 3.8. Capacitaciones requeridas los emprendedores
Fuente: Emprendedores de diversos cantones de la provincia de Manabí
Elaborado por: Feijó, (2014)

ANÁLISIS:

Al ser consultados sobre el tipo de capacitación que les gustaría recibir para mejorar sus negocios el 23% expresó que en mercados, productos, servicios; el 15% contabilidad básica; el 14% tributación; el 13% ampliar redes de contactos (*networking*); orientaciones técnicas *in situ* y establecimiento de precios 12% cada una; y, desarrollo de planes de negocios 11%. Información que ayuda a establecer prioridades al momento de definir cuáles podrían ser las alternativas de mayor interés que podrían gestarse a través de la creación de una red.

VALIDACIÓN CON EXPERTOS:

El día lunes 4 de agosto de 2014, a las 15:30, en el Instituto de Investigación Científica (IIC), se puso a consideración del Consejo Científico de la Universidad Técnica de Manabí, Ecuador; la investigación sobre el Diseño de una red de vinculación entre empresarios, universidades y organizaciones del Estado en el fortalecimiento del desarrollo emprendedor de la provincia de Manabí.

Luego de varias preguntas y deliberaciones en relación al tema, se coincidió en que la propuesta ha sido bien acogida en otros contextos y en nuestra provincia, rica en recursos naturales y en talento humano ávido de formación, se constituye en aspecto medular para lograr un despunte empresarial mucho mayor, así como conquistas jurídicas que beneficien al sector emprendedor.

Con las felicitaciones del caso y el visto bueno de los miembros del Consejo Científico conformado por doctores ecuatorianos, cubanos y rusos: el Director del Instituto, Dr. Rodolfo Pedroso Sosa, oficializó su aprobación. (Anexo #3)

3.2. Análisis y discusión de los resultados.

Para corroborar los hallazgos a través de la investigación, con las hipótesis y sus variables, fue precisa la definición de técnicas y aplicación de instrumentos, cuyos resultados y análisis conllevan a las siguientes comprobaciones y afirmaciones:

Hipótesis General: El diseño de una red de vinculación entre empresarios, universidades y organizaciones del Estado contribuirá al fortalecimiento del desarrollo emprendedor en la provincia de Manabí.

En consideración a los casos de éxito en los que a nivel de Latinoamérica ha resultado ventajosa la aplicación de la triple hélice, se define que es posible lograr resultados favorables inherentes a la realidad de la provincia de Manabí, toda vez que se están

realizando iniciativas para promover el emprendimiento que no alcanzan un completo despunte, pero que bien podrían beneficiarse de una interacción positiva enfocada en la medición de impacto y prolongación de vida útil de los emprendimientos.

Lo antes expuesto se complementa con los resultados de las encuestas, que son reflejo de lo que necesita el emprendedor de la provincia de Manabí. De este modo en la pregunta #7, al preguntárseles a los encuestados sobre su interés en la creación de una red de vinculación, el 98% respondió que “sí”, pues consideran relevante que la organizaciones públicas y privadas de la provincia aúnen esfuerzos direccionados hacia un propósito aún mayor, que es la consolidación de la provincia como una verdadera unidad productiva, de investigación y desarrollo, articulando políticas, conocimiento y mercados hacia el fortalecimiento de los emprendedores manabitas, quienes encontrarán en la red el impulso que necesitan para mejorar sus ideas de negocio o crecer en sus actuales emprendimientos.

Muchos de los problemas a los que se enfrentan los emprendedores son solucionables, así se destaca en los resultados de la pregunta # 6 de la encuesta, donde el 59% de los encuestados relaciona sus debilidades con el poco capital, 15% con desorientación en cuanto a su mercado objetivo, 13% desconoce de temas tributarios; 12% con ausencia de registros contables; situaciones que pueden ser solucionadas con gestión y capacitación, dos propósitos plenamente contemplados en la estructura de la red como estrategia de acción; así los microempresarios verán sus negocios fortalecidos.

Igual situación se reporta en la pregunta #5 de la encuesta al preguntárseles a los emprendedores sobre las forma de apoyo en las que desean ser impulsados, registrándose un 49% para las fuentes de financiamiento, 17% para asesoría técnica, 16% para orientación en estudios de mercado y 15% para orientación financiera.

Ciertamente, los resultados validan la hipótesis y dan cuenta del beneficio de establecer una red de vinculación para la provincia de Manabí que involucre las tres hélices y fortalezca al sector emprendedor.

a. La relación empresarios-universidades-organizaciones del Estado impulsa el emprendimiento.

A través de la información obtenida, misma que consta tanto en la problematización como en el marco teórico de la investigación, es posible observar cómo cada uno de estos sectores se esfuerzan individualmente para hallar formas de acercarse al emprendedor, de promover ideas de negocios, de capacitar en emprendimiento. Si esos esfuerzos aislados se complementan hacia un mismo propósito, los resultados son prometedores para la provincia y se encaminan hacia la potenciación de la matriz productiva del país.

b. Los fundamentos teóricos vislumbran la idoneidad del diseño de la red de vinculación para los emprendedores.

Los fundamentos teóricos propuestos principalmente por Etzkowitz y Leydesdorff (1997), advierten en el modelo de triple hélice, fundamentos hacia el desarrollo económico y social, a través de tres aristas: Universidad, Empresa, Gobierno.

Cada actor cumple roles esenciales así, corresponde a la universidad investigar, promover el conocimiento, formar y capacitar; la empresa por su parte expresará su necesidades en cuanto a conocimiento e investigación, compartirá sus experiencias, generará espacios para la observación y el aprendizaje, gestionará recursos y ayudará a marcar tendencias; el gobierno por su parte abrirá fuentes de financiamiento, contribuirá en los procesos de capacitación y perfeccionamiento del talento humano, delineará y articulará políticas públicas de fomento a la productividad y generará espacios para el “buen vivir”.

A pesar de que el modelo no es nuevo y su aplicación en Latinoamérica es reciente, países vecinos como Perú y Colombia, dan testimonio de la efectividad del mismo si es asumido con la responsabilidad y compromiso requeridos y, si se consideran las variables que presenta el entorno para su aplicación, con lo cual se afirma que los fundamentos teóricos han permitido confirmar la idoneidad en el diseño de la red

c. Incide la estructura de la red de vinculación empresarios-universidades-organizaciones del Estado en el desarrollo de destrezas y habilidades emprendedoras.

La pertinencia de esta hipótesis está dada en la pregunta #1 de la encuesta, cuando se determina que el 64% de los encuestados se dedican a la realización de actividades netamente comerciales, lo que contrasta el escenario que puede vislumbrar la provincia a Manabí, a través de todas sus potencialidades.

Las personas están dispuestas a aprender a emprender, pero no encuentran en el medio las herramientas que le provean de esos conocimientos y los direccionen hacia mercados en donde puedan vender sus productos/servicios y obtener una rentabilidad significativa; lo cual confirma la necesidad de proveer conocimientos y desarrollar habilidades para incursionar en nuevas y más productivas actividades empresariales.

Así se confirma en la pregunta #2, cuando se les consulta a los emprendedores sobre el tipo de emprendimiento que poseen y un 54% responde que son de tipo familiar; y, la pregunta #3 indica que el 67% de los encuestados emplean de 1 a 3 personas en sus actividades; la vinculación de estas respuestas está dada en el conocimiento y las habilidades, la mayoría heredada de generación en generación. Por lo tanto es prioritario potenciar la necesidad en el conocimiento para poder desarrollar las habilidades y destrezas de los emprendedores, sustentados en el principio de que entre menos sé, menos puedo cobrar, más limitadas son mis opciones; entre menos habilidades tengo, menos opciones tengo de generar, menos puedo producir; si se continua con este proceso de estancamiento continuo lo más seguro es que no se pueda innovar, diferenciar y consecuentemente crecer. De ahí que resulta necesario combinar el Saber, el Hacer y el Ser, para formar y perfeccionar emprendedores de alto rendimiento.

CAPITULO IV:
PROPUESTA

4. PROPUESTA

4.1.1. Propuesta para el desarrollo provincial

Red de Emprendimiento Manabita (REDEEM)

4.1.2. Objetivos

4.1.2.1. Objetivo general

Crear un espacio para la interacción entre Universidad-Empresa-Gobierno, que propicie el encuentro, el intercambio de experiencias, la generación de redes de contactos y capacitación, orientada al sector emprendedor de la provincia de Manabí.

4.1.2.2. Objetivos específicos

- a. Impulsar el trabajo integral entre universidad, empresa y gobierno, hacia el desarrollo colectivo.
- b. Promover escenarios donde puedan interactuar emprendedores y empresarios a través de asesoría y redes de contactos.
- c. Apoyar a emprendedores con capacitación y asesoría técnica.
- d. Generar fuentes de financiamiento viables para apoyar a emprendedores.
- e. Realizar reuniones periódicas entre los miembros que permitan aportar iniciativas inherentes a la actividad emprendedora.

4.1.2.3. Importancia

La conformación de una red de impulso al sector emprendedor en la provincia de Manabí, nace como respuesta a la constante necesidad por parte de los emprendedores de interactuar, conocer y compartir el camino del empresario. Por ello surge la idea de crear un espacio que propicie el encuentro e intercambio de experiencias donde se adquiera capacitación inherente al desarrollo de ideas de negocio.

De esta manera, no solamente abre un espacio a la participación de los sectores gubernamental y empresarial en las actividades que realiza la universidad, sino que se constituye en una oportunidad importante para reorientar el desarrollo del emprendimiento con mayor ímpetu en la gama de carreras universitarias existentes, en el interés social por beneficiarse del soporte que brindaría la red, propiciando además un escenario ideal para el mejoramiento de la calidad educativa en las orientaciones profesionales afines a ella.

El bagaje de conocimientos de los empresarios, parte de un cúmulo de experiencias adquiridas a través de los años, que ofrece un aporte vivencial de gran valía para los emprendedores en la orientación de la idea de negocio. La administración pública marca sus propósitos priorizando en la atención de las necesidades sociales y sensibiliza al estudiante para su incorporación como elemento transformador de su contexto.

4.1.3. Beneficiarios de la Propuesta

- Emprendedores de la provincia de Manabí.
- Docentes y estudiantes universitarios.
- Empresarios.
- Gobierno.

4.1.4. Factibilidad

Con el apoyo de los 5 centros de educación superior con sede en la provincia, la incorporación paulatina de la empresa y las instituciones gubernamentales, es posible la ejecución del presente proyecto, que está orientado hacia la integración y la participación de la trilogía Universidad-Empresa-Gobierno, tanto para la generación de negocios propios como para mejorar significativamente la calidad del talento humano que se forma en las aulas universitarias.

El sistema cíclico que contempla la presente propuesta, inicia con la aprobación de la propuesta y la conformación oficial de la red, define espacios de interacción de las

tres hélices que fundamentan la red y se programan estrategias base para instrumentar procesos de capacitación y plantea líneas para el financiamiento continuo que puede ser sostenible en base a la capacidad de gestión y compromiso del talento humano involucrado en el desarrollo de la REDEEM.

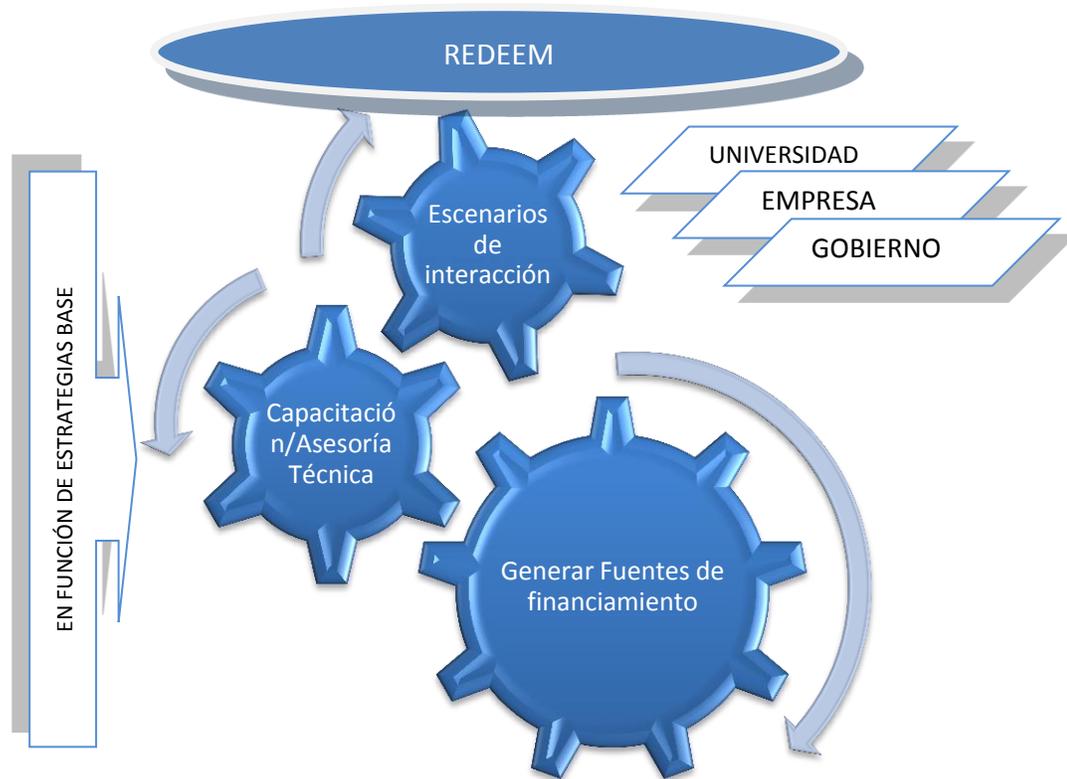


Figura 4.1. Articulación de la Red de Emprendimiento Manabita (REDEEM)
Elaborado por: Feijó, 2014

La red busca combinar con acierto la inserción del sector empresarial, con asesoría que es valorada y proyectada hacia grupos humanos que requieren soluciones puntuales y precisas a sus necesidades la participación; del gobierno. para acercarse aún más a la realidad del emprendedor en la provincia y contribuir con gestión para el financiamiento de proyectos y la articulación de políticas e instrumentos jurídicos que coadyuven a potenciar la matriz productiva de la provincia; corresponderá entonces a

la universidad definir los mejores espacios para la concertación de cada uno de los actores, establecer análisis y diagnósticos en función del propósito de la red y el beneficio mancomunado de quienes la conforman, de quienes desean incorporarse a ella y de quienes ven en la red la oportunidad que esperaban para poner en marcha sus ideas de negocio.

De esta manera la empresa y el gobierno participan con experiencia que el equipo transforma en asesoría a emprendimientos focalizados y la universidad programa y promueve, seminarios o capacitaciones que, a su vez, servirán para financiar capacitaciones técnicas y específicas a emprendedores “in situ” o en aulas, dependiendo de los requerimientos del proyecto o la fase en la que se encuentre el negocio.

Los escenarios para los seminarios, las capacitaciones o talleres serán facilitados por las mismas universidades quienes también podrán canalizar a través de la REDEEM, las necesidades institucionales de formación para sus docentes o estudiantes.

4.1.5. Descripción de la propuesta

Para una mejor comprensión de los elementos que contempla la propuesta se han concebido las siguientes aristas:

Trabajo integral entre universidad-empresa-gobierno

Para lograr la acogida del proyecto y partiendo del hecho de que las universidades manabitas se encuentran adscritas al Sistema Universitario Manabita (SUMA), el primer paso es la aprobación de la propuesta a nivel universitario para inmediatamente iniciar con la concertación del sector empresarial y gubernamental.

En esta etapa se precisa el establecimiento de una agenda de contactos y delinear estrategias de difusión y comunicación que permitan la incorporación de un número significativo de asociados a esta importante iniciativa.

De esta manera la fase uno debe integrar los diferentes aspectos desglosados en la tabla 4.1.

Tabla 4.1. Caracterización del proceso fase de conformación de la red

ACTIVIDAD	DESCRIPCIÓN	RESPONSABLE	RECURSOS	ENTRADA/ SALIDA
Convocatoria al sector empresarial	Convocatoria a las empresas del sector.	REDEEM	Papelería, teléfono, fax, Internet.	Entrada: Bases de datos de empresarios, representantes de gobierno. Salida: Comunicaciones personalizadas y anuncios por diversos medios.
Concertar con empresarios y sector gubernamental	Informar a los convocados acerca del objetivo, proceso y beneficios del programa.	REDEEM (expositor designado).	Personas encargadas, auditorio, computador y proyector digital.	Formulario para consultar información general de la empresa. Salida: Información empresarios y sectores estratégicos de gobierno.
Consolidación de la base de datos.	En la reunión se actualiza una base de datos de acuerdo a la decisión de quienes desean integrarse al proyecto.	Asistente nombrado por la REDEEM.	Personas encargadas, computador, hoja de cálculo.	Entrada: Formato de actualización de datos Salida: Registro y compromiso de integración a la red.

Elaborado por: Feijó, 2014

INDICADOR:

$$Asistencia = \frac{\text{Número de asistentes}}{\text{Número de convocados}}$$

Promover escenarios donde puedan interactuar emprendedores y empresarios a través de asesoría y redes de contactos.

Se define un cronograma de actividades destinado a proporcionar información sobre ideas de negocios o emprendimientos en ejecución para determinar la necesidad de capacitación *in situ*. En caso de los “*start up*” o emprendimientos nuevos, estos pasarán por una valoración previa, para luego ser escuchados por la comisión técnica, que se conformará a partir de la orientación y área específica del emprendimiento.

Luego de la valoración, se le proporcionará al emprendedor la ayuda que sea necesaria en cuanto a capacitación.

Tabla 4.2. Concertación y valoración de ideas de negocio emprendedores

ACTIVIDAD	DESCRIPCIÓN	RESPONSABLE	RECURSOS	ENTRADA/ SALIDA
Diagnóstico inicial.	Diagnosticar las ideas de negocio.	Grupo de: Investigación, Innovación, Emprendimiento y Desarrollo.	Papelería, computador, teléfono, fax, Internet.	Entrada: Formularios de entrevista a emprendedores. Salida: Diagnóstico.
Realización de cronograma de actividades.	Realizar un cronograma con secuencia lógica de las actividades de aplicación.	Grupo de: Investigación, Innovación, Emprendimiento y Desarrollo.	Personal encargado, computador, impresora, papelería.	Entrada: Diagnóstico inicial Salida: Cronograma de actividades.
Asignación de emprendedores.	Asignar de emprendedores para entrevista representantes de REDEEM (equipo evaluador según la orientación de la idea de negocio).	Grupo de: Investigación, Innovación, Emprendimiento y Desarrollo.	Personal encargado, computador, impresora, papelería.	Entrada: Cronograma. Salida: Cronograma con emprendedor.
Desarrollo de encuentro emprendedores-REDEEM, para análisis de ideas de negocio.	Diligenciar actividades, llevar registro de proceso, avance y colaboración de cada una de las partes involucradas.	REDEEM y Grupo de Investigación, Innovación, Emprendimiento y Desarrollo.	Personal encargado, computador, proyector digital, cámara, aula.	Entrada: Ideas propuestas por emprendedores. Salida: Ideas validadas para iniciar orientación en estructura de proyectos.

Elaborado por: Feijó, 2014

INDICADOR:

$$\text{Correspondencia} = \frac{\text{Número de ideas participantes}}{\text{Número de ideas validadas}}$$

Apoyar a emprendedores con capacitación y asesoría técnica.

Se establecen requerimientos de seminarios, talleres, capacitación, entre otros; conforme las solicitudes emanadas por REDEEM conforme diagnóstico y priorización previa, para luego definir los planes y preparar la programación de los tipos de eventos a realizar.

Durante el desarrollo de los eventos se permitirá la ubicación de stands, carteles o entrega de folletos publicitarios de los sectores que colaboran y participan en la red, quienes al mismo tiempo aportarán con la designación de sus profesionales para intervenir en calidad de conferencistas, asesores, entre otros.

Tabla 4. 3. Estrategias base para procesos de capacitación

ACTIVIDAD	DESCRIPCIÓN	RESPONSABLE	RECURSOS	ENTRADA/ SALIDA
Identificación de necesidades.	Consolidar la información enviada por las universidades.	REDEEM (Equipo Coordinador).	Papelería, teléfono, fax, Internet.	Entrada: Información de estudio. Salida: Priorización de necesidades.
Estructuración del ciclo de seminarios.	Estructurar ciclo de seminarios relacionados con todas las áreas de la organización, permitiendo que el empresario asimile la gestión de la empresa para dar continuidad al programa de integración Universidad-Empresa-Gobierno, a mediano y largo plazo.	REDEEM (Equipo Coordinador).	Personas encargadas, auditorio/sala de conferencias, computador y proyector digital.	Entrada: Priorización de necesidades. Salida: Ciclo de conferencias.

ACTIVIDAD	DESCRIPCIÓN	RESPONSABLE	RECURSOS	ENTRADA/ SALIDA
Promoción del ciclo de seminarios.	Publicitar la información relacionada con los ciclos de seminarios.	REDEEM (Equipo Coordinador).	Personas encargadas, computador, internet.	Entrada: Información sobre ciclo de conferencias. Salida: Anuncios publicitarios.
Realización de los seminarios.	Se efectúan seminarios según las características establecidas en la planificación.	Equipo coordinador expositores.	Persona encargada, aula/sala, computador, proyector digital, micrófono, papelería.	Entrada: Personas inscritas. Salida: Personas con conocimientos, formados en el evento.

Elaborado por: Feijó, 2014

INDICADOR:

Número de asistentes que consideran importante el seminario para su formación

Nivel de importancia = -----
Número de asistentes

Generar fuentes de financiamiento viables para apoyar a emprendedores

Los fondos recaudados con la ejecución de seminarios, capacitaciones, talleres, entre otros, serán destinados a financiar capacitaciones técnicas para emprendedores.

Tabla 4. 4. Gestión para el financiamiento de emprendimientos

ACTIVIDAD	DESCRIPCIÓN	RESPONSABLE	RECURSOS	ENTRADA/ SALIDA
Convocatoria al sector emprendedor.	Convocatoria a emprendedores en proceso y nuevos.	REDEEM (Equipo Coordinador).	Papelería, teléfono, fax, Internet.	Entrada: Requerimientos básicos. Salida: Anuncios por diversos medios.
Concentración de emprendedores.	Informar a los emprendedores acerca del objetivo, proceso y beneficios del programa.	REDEEM (Expositor designado).	Personas encargadas, auditorio, computador y proyector digital.	Entrada: Formulario para consultar información general.

ACTIVIDAD	DESCRIPCIÓN	RESPONSABLE	RECURSOS	ENTRADA/ SALIDA
				Salida: Información de empresarios.
Consolidación de la base de datos.	En la reunión se elabora una base de datos con información referencial de los emprendedores y sus requerimientos.	Asistente nombrado por la REDEEM.	Personas encargadas, computador, hoja de cálculo.	Entrada: Obtención de información y actualización de datos. Salida: Banco de datos sobre emprendedores.
Estructuración de cronograma de capacitaciones.	En base a una priorización de necesidades, se establece el cronograma de capacitaciones a emprendedores (in situ o en áreas de capacitación).	REDEEM Equipo Coordinador.	Personas encargadas, computador, hoja de cálculo	Entrada: Banco de datos sobre emprendedores. Salida: Cronograma de capacitaciones.
Realización de las capacitaciones.	Se comunica a los emprendedores para su conocimiento, temática, hora, fecha y lugar de la capacitación.	Equipo Coordinador Capacitadores.	Personas responsables, computador, proyector digital, aulas.	Entrada: Personas confirmadas a las capacitaciones. Salida: Emprendedores con herramientas necesarias para impulsar sus negocios.

Elaborado por: Feijó, 2014

INDICADOR:

Número de asistentes que consideran útil la información para su emprendimiento.

Nivel de utilización =

Número de emprendedores asistentes

Realizar reuniones periódicas entre los miembros que permitan aportar iniciativas inherentes a la actividad emprendedora.

Para establecer nexos de comunicación eficientes y efectivos, es importante informar sobre el desarrollo de los procesos, para empoderar a los participantes de la Red en los logros y debilidades que pudieran resultar durante la ejecución y avance del proyecto.

Asimismo, será posible integrar criterios que permitan mejorar de forma significativa la sistematización de las actividades y enriquecer cada situación particular en base a la participación activa de los miembros.

4.2. RECURSOS:

RECURSOS HUMANOS, será necesaria la conformación de un equipo de trabajo conformado por:

- Coordinador General de la REDEEM.
- Responsable de gestión.
- Analistas técnicos (2)
- Secretaria.

La principal consigna del equipo es la gestión para captar la atención de las empresas, gobierno, organizaciones nacionales e internacionales y lograr la participación activa de éstas y acoplarla tanto a las necesidades de los involucrados como de los emprendedores.

RECURSOS MATERIALES, comprende la asignación de un lugar específico dotado de:

- Computadora.
- Internet.
- Impresora.
- Proyector digital.

RECURSOS ECONÓMICOS, durante los primeros meses se deberá cubrir egresos relacionados con remuneraciones y gestión del proyecto, sin embargo se considera que a partir del primer semestre la Red estará en capacidad de generar recursos propios.

4.2.6. Impacto

- Integración de empresarios y emprendedores en el fomento del desarrollo emprendedor y universitario a nivel provincial.
- Impulso hacia la innovación y la creatividad de productos y servicios.
- Creación de espacios que permitan llegar a consensos a través de la participación Universidad-Empresa-Gobierno.
- Coadyuvar al mejoramiento de las políticas públicas, mediante la participación integrada de los sectores empresarial y gubernamental en la actividad universitaria.

4.2.7. Evaluación

Los procesos de evaluación se realizarán en base al análisis de los indicadores establecidos en cada una de los aspectos de la propuesta y de los lineamientos producto de los planes integrales y operativos que se deben establecer para el adecuado funcionamiento de la red, los cuales serán analizados considerando como base esencial para la toma de decisiones el cumplimiento de los objetivos planteados.

De esta manera y en base a resultados con evidencia, se determinarán nuevas directrices que permitan realimentar los procesos operativos hacia la eficiencia en la administración de los recursos destinados a propiciar una nueva perspectiva de los emprendimientos a nivel de provincia de Manabí.

4.3. Conclusiones

- a. La mayor parte de los estudios relacionados por Etzkowitz, a través de sus múltiples aportes con el modelo de triple hélice, cuya filosofía fundamenta el estudio y propuesta doctoral, basan su enfoque en el desarrollo económico de las regiones a partir de la socialización del conocimiento, el estímulo a la generación de empresas y fortalecimiento de proyectos empresariales débiles, y de incentivar el desarrollo tecnológico y la innovación.
- b. La vinculación entre empresa, gobierno y universidad, en un sistema de economía social y solidaria en el que actualmente se desenvuelve el Ecuador, se constituye en una oportunidad perfecta para el análisis de interacciones en los fenómenos sociales, económicos, culturales y ambientales que se desarrollan de manera particular en la provincia de Manabí; lo cual permite acelerar el proceso de vinculación.
- c. La provincia de Manabí cuenta gran potencial agrícola, turístico y pesquero, además de otras industrias que comienzan a despuntar en el sector empresarial, posee cuatro universidades estatales y una privada, además de las actividades que realiza la administración pública a través de cada uno de sus ministerios y gobiernos autónomos descentralizados.
- d. El levantamiento de la investigación da constancia de las iniciativas emprendedoras realizadas por la academia y el gobierno en la provincia de Manabí, cada sector haciendo esfuerzos aislados o involucrados en proyectos muy específicos, por su parte la empresa tiene una mínima participación destinando su enfoque en actividades puntuales de responsabilidad social donde poco o nada se hace por relacionarse con la universidad o el gobierno hacia actividades de emprendimiento.
- e. Aunque no existe una cifra oficial sobre el número de emprendedores en la provincia, se aprecia un activo movimiento comercial en cada uno de los

cantones, caracterizados por la particularidad de las condiciones geográficas y climáticas, así como la capacidad productiva de sus habitantes.

- f. La creatividad y capacidad de generación de negocios propios es significativa a nivel provincial especialmente hacia actividades de comercio; la principal característica en el aspecto productivo nacional está dada en la exportación de insumos primarios, se requiere impulso y orientación para que se pueda evitar la muerte temprana de emprendimientos, tratar de innovar e incursionar en procesos de industrialización y de articulación de las principales industrias básicas del país (metalurgia, siderurgia, petroquímica, minería y astillero), para potenciar la matriz productiva.
- g. La creación de una red de vinculación para integrar la academia, la empresa y el gobierno se constituye en una oportunidad para forjar una fuerza productiva en la provincia fundamentada en conocimiento, investigación, innovación, ayuda mutua e intereses comunes encaminados hacia una sociedad del “buen vivir”.

BIBLIOGRAFÍA

- Acosta Seró, Manuel, Coronado Guerrero, Daniel (2006). Las Relaciones Ciencia – Tecnología en Andalucía: Evidencias a partir de los documentos de patentes. Centro de Estudios Andaluces. España. Pp. 30
- Adams, R. (2006). “Innovación y Creatividad”. International Journal of Management Reviews, 8.
- Agencia de Noticias Andes, (abril de 2013). www.andes.info.ec/es/noticias/ecuador-otorgara-fondo-170-millones-dolares-creditos-pequenos-medianos-emprendedores.html
- Castellanos, Yino (26 de abril de 2013). Revista Pesquisa, Universidad Javeriana. Colombia. Recuperado 17 de septiembre de 2014 de: <http://www.javeriana.edu.co/revistas/Ofi/pesquisa/wordpress/?p=2930>
- Calleja, T. (1995). *La empresa universidad: un norte para un destino*.
- Casas, Rosalba (2001). La formación de redes de conocimiento: una perspectiva regional desde México. Instituto de Investigaciones Sociales UNAM. México. Anthropolos.
- Cerda, H. (1994) La investigación Total. La unidad metodológica en la investigación Científica. Colombia, Cooperativa Editorial Magisterio.
- Congreso Iberoamericano de Educación Metas 2021 Septiembre 2010. Recuperado el día 6 de marzo de 2011 de http://www.adeepra.org.ar/congresos/Congreso%20IBEROAMERICANO/METAS2021/RLE3476_Ferreyra.pdf (enseñar a emprender).
- Cortés Durán Patricio (2009). Emprendimiento e Innovación en Chile una tarea pendiente. Ediciones Universidad de Desarrollo. Chile

- Chang Castillo Helene G. (2010). Modelo de la Triple Hélice como un medio para la vinculación entre la Universidad y la Empresa. *Revista Nacional de Administración*. Escuela de Ciencias de la Administración , Universidad Estatal a Distancia, Costa Rica. Pág 85.
- Chaves García José Ramón (n.d.). La universidad pública española: Configuración actual y régimen jurídico de su profesorado. Universidad de Oviedo, España.
- Druker, P. (2000). Creatividad e Innovación. *Harvard Business Review*.
- Drucker, P. (1985). *La Innovación y el empresario innovador*. Edhasa. p. 25-44.
- Etzkowitz, Henry (1994). Academic-industry relations: a sociological paradigm for economic development, in Loet Leydesdorff y Peter Van den Besselaar, *Evolutionary Economics and Chaos Theory*. New Directions in Technology studies, Pinter, Londres.
- Etzkowitz, Henry y Leydesdorff(1997). *University and the Global Knowledge Economy*, Pinter, UK.
- Etzkowitz, Henry (1998). The Triple Helix as a Model of Innovation Studies, *Scienza and Public Policy*, vol 25, No 3 (junio), pp. 195-203.
- El Telégrafo (17 de Febrero de 2013) . \$700 millones se invirtieron en el desarrollo empresarial. Recuperado el 7 de octubre de 2014 de: <http://www.telegrafo.com.ec/economia/item/700-millones-se-invirtieron-en-el-desarrollo-empresarial.html>
- Gil Estallo María de los Ángeles y Giner de la Fuente Fernando (2013). *Cómo crear y hacer funcionar una empresa*. Editorial Esic. Madrid, España.
- Gutierrez, Marcelo (2013). Ministerio de Industrias y Productividad. Recuperado el 12 de octubre de 2014, de: <http://www.uasb.edu.ec/UserFiles/385/File/Marcelo%20Gutierrez.pdf>

- Kinney, T. (1999). *Investigación de mercados*. Bogotá: Mac Graw Hill.
- Lascrain Argárate, V. (1993). *La formación: una responsabilidad común para la universidad y la empresa*.
- Leydesdorff (2012). En Vela Casado Constanza. La industria del Software. FLACSO, sede Ecuador.
- Monitor, 2008. Executive Report. Wellesly, Mass.: Babson College. Disponible en: <http://www.gemconsortium.org/>
- Ministerio de Relaciones Exteriores y Movilidad; julio 30, 2014. Recuperado el 18 de septiembre de 2014 de: <http://cancilleria.gob.ec/embajada-del-ecuador-en-estados-unidos-presenta-dos-programas-para-emprendedores-ecuatorianos/>
- Naciones Unidas. (1968). Educación, recursos humanos y desarrollo en América Latina. PNUD.
- Noticias 20 minutos (octubre 10 de 2012) . Cómo crear emprendedores jóvenes desde la Universidad. Recuperado el 18 de septiembre de 2014 desde: <http://www.20minutos.es/noticia/1613140/0/crear-emprendedores/universidad-empleo-jovenes/estudiantes/#xtor=AD-15&xts=467263>
- Rodríguez, A. (2009). *Pensamiento y Gestión. Nuevas Perspectivas para entender el Emprendimiento Empresarial*. Universidad del Valle.
- Sutz Judith (1996). Universidad, producción, gobierno: encuentros y desencuentros. Montevideo, Uruguay.
- Theda Skocpol (1979). *State and Social Revolutions, a comparative analysis of France, Russia and China*. Cambridge University, United Kingdom.
- Unesco (1998). Conferencia mundial sobre la educación superior en el siglo XXI. Recuperado el día 17 de 2009 de http://www.unesco.org/education/educprog/wche/declaration_spa.htm.

Varela, R. (2001). *Innovación Empresarial*. Colombia.

Vasquez Reina, M. (20 de abril de 2008). *www.consumer.es*. Recuperado el 13 de agosto de 2012, de *www.consumer.es*: www.consumer.es/web/es/educacion/universidad/2008/04/20/176310.php

ANEXOS

Anexo#1

Encuesta dirigida a emprendedores

OBJETIVO: La siguiente encuesta tiene por objeto establecer la incidencia de la estructura de la red de vinculación entre empresarios, universidades y organizaciones del Estado, en el desarrollo de destrezas y habilidades del emprendedor manabita.

DATOS GENERALES:

Lugar: _____

Nombre del emprendimiento: _____

- 1) ¿A qué tipo de actividad empresarial se dedica?
 - a. Comercial__
 - b. Turístico__
 - c. Industrial__
 - d. Ecológico__
 - e. Artesanal__
 - f. Social __

- 2) Su emprendimiento se caracteriza por ser de tipo:
 - a. Individual__
 - b. Colectivo__
 - c. Asociativo__
 - d. Familiar__
 - e. Comunal__

- 3) ¿Cuántas personas participan en su negocio?
 - a. De 1 a 3____
 - b. De 5 a 7____
 - c. De 8 a 10
 - d. Más de 11 ____

- 4) ¿De qué institución(es) ha recibido ayuda para el desarrollo de su emprendimiento?
 - a. Universidades __
 - b. Empresas privadas __
 - c. Empresas Públicas __
 - d. ONG's __
 - e. Financieras ____

Anexo#2

Emprendimientos encuestados en la provincia de Manabí

No.	DENOMINACIÓN	LUGAR
1	100% MANABITA	LA PILA
2	TIENDA MARIA	PORTOVIEJO
3	BAZAR ESTILITA	SANTA ANA
4	GABINETE DE BELLEZA "VANESSA"	TABACALES - ROCAFUERTE
5	ARTESANÍAS ANITA	ROCAFUERTE, LAS JAGUAS
6	BAR RESTAURANT "MAE'S"	RESBALÓN – ROCAFUERTE
7	BAZAR MARJORIE	SANTA ANA
8	BIG BURGUER	ROCAFUERTE
9	CEVICHERÍA CARLITOS	SANTA ANA
10	CEVICHERIA EL TROPEZÓN	ROCAFUERTE - CALLE INDEPENDIENTE
11	CHIFLERÍA "EL AMIGUITO"	MONTECRISTI
12	COMEDOR BENEDITA	SANTA ANA
13	COMERCIAL SAN JOSÉ	MONTECRISTI
14	COMERCIAL "LLANTAS MAXX"	MONTECRISTI
15	COMERCIAL "MARTINA"	MONTECRISTI
16	COMERCIAL REZABALA	SANTA ANA
17	COMERCIAL ROBERT	PORTOVIEJO
18	COMIDA TÍPICA MI FINCA	ROCAFUERTE, EL CERRITO

19	CONFECCIONES ANDREITA	ROCAFUERTE
20	CONFECCIONES BETTY MARGARITA	ROCAFUERTE
21	CREACIONES MAROC	ROCAFUERTE - CALLE BOLÍVAR
22	CREDIROP	PORTOVIEJO
23	CYBER NERIVIC	ROCAFUERTE, RESBALÓN
24	DM "EL PODER DEL SWING"	ROCAFUERTE, RESBALÓN
25	DULCERÍA MAMINA	ROCAFUERTE
26	FUNERARIA "STA. MARIANITA"	MONTECRISTI
27	FERROTUDO	MONTECRISTI
28	CYBER "EL MINUTO"	MONTECRISTI
29	FLORERÍA VIRGEN MONSERRATE	MONTECRISTI
30	FRIGO "STA. ANA"	MONTECRISTI
31	FRUTAS HUMBERTO	SANTA ANA
32	FRUTAS TITO	SANTA ANA
33	FRUTAS Y ASADOS DON LUIS	SANTA ANA
34	GABINETE DE BELLEZA TRES HERMANOS	ROCAFUERTE, BUENOS AIRES
35	MUEBLERÍA " LA LIBERTAD "	MONTECRISTI
36	NOVEDADES JESSY	PORTOVIEJO
37	NOVEDADES MICHELITA	PORTOVIEJO

38	COPIADORAS GABY	PORTOVIEJO
39	PAÑALERÍA "PEQUES"	MONTECRISTI
40	CEVICHERÍA " EL CONCHAL "	MONTECRISTI
41	COMERCIAL " PALACIOS "	MONTECRISTI
42	COMERCIAL "DOÑA MARTHA"	MONTECRISTI
43	FRUTAS " DON LUIS "	MONTECRISTI
44	ACA SAMBAR	PORTOVIEJO
45	IMPRESA SAMARI	PORTOVIEJO
46	TIENDA SALVADORA	MONTECRISTI
47	BOCADITOS "DON LUCHO"	PORTOVIEJO
48	ZAPATERIA JORGE LUIS	CHARAPOTÓ
49	FANTASÍA DE COLORES	MONTECRISTI
50	NOVEDADES CHARY	MANTA
51	NOVEDADES WE	MANTA
52	RESTAURANT PUNTO CUBANO	PORTOVIEJO
53	ASADERO "EL REY DE LOS POLLO"	MONTECRISTI
54	TIENDA - BILLAR JHON	PORTOVIEJO
55	VIVERO ROSITA	ROCAFUERTE - CALLE ATANASIO SANTOS
56	COMERCIAL "DON PEPE"	MONTECRISTI
57	TIENDA "LEITO"	PORTOVIEJO

58	TIENDA "VERDURAS"	MONTECRISTI
59	EL SEÑOR DE LOS PRENSADOS	ROCAFUERTE
60	FERRETERÍA "ROCIÓ"	MONTECRISTI
61	FLORESÍA BEATRIZ	PORTOVIEJO
62	ZAPATERÍA "EL NUEVO"	PORTOVIEJO
63	D' GUADALUPE	PORTOVIEJO
64	OASIS BAR	PORTOVIEJO
65	PANADERÍA "EL SABOR"	PORTOVIEJO
66	PANADERÍA CHEPITA	ROCAFUERTE
67	PANADERÍA JENNY	MONTECRISTI
68	PANADERIA MARIA	PORTOVIEJO
69	PANADERÍA OSVALDO	SANTA ANA
70	PANADERIA TUTITO	MANTA
71	PAÑALERA "SAMZ"	MONTECRISTI
72	PAÑALERA NUESTRO BEBES	MONTECRISTI
73	PAÑALERA PEQUEÑOS	MONTECRISTI
74	PAÑALERÍA "ANDY"	MONTECRISTI
75	DECOR FIESTA	MONTECRISTI
76	FERRETARI DE TODO EN FERRETERÍA	MONTECRISTI

77	PAPELERIA KATHY	PORTOVIEJO
78	PARRILLADA "EL PROFE"	PORTOVIEJO
79	PARRILLADA "LA LLANERA"	PORTOVIEJO
80	PELUQUERÍA MARIUXI	SANTA ANA
81	PICANTERÍA "J.R."	PORTOVIEJO
82	PICANTERÍA BACHYTA	ROCAFUERTE
83	VARIEDADES ROSIBELLA	PORTOVIEJO
84	PICANTERÍA FLIPER	MONTECRISTI
85	PICANTERÍA MARÍA LORENA	ROCAFUERTE - AV. 6 DE DICIEMBRE
86	PICANTERÍA MI PAÍS	MONTECRISTI
87	PICANTERÍA MIRIAM	ROCAFUERTE, TABACALES
88	PLÁSTICOS VÉLEZ	PORTOVIEJO
89	PRODUARTE	RIO CHICO, SAN GABRIEL
90	PRODUCTOS "EL PATO"	TABACALES - ROCAFUERTE
91	PUNTO GOOL	PORTOVIEJO
92	QUESERÍA "GENERELDO CEDEÑO "	MONTECRISTI
93	REFRESQUERÍA EL BUEN SABOR	ROCAFUERTE
94	RESTAURANT DIANITA	ROCAFUERTE, LAS JAGUAS
95	RESTAURANT LA RAMADA DEL SABOR	PORTOVIEJO
96	RESTAURANT MAMITA MAURA	ROCAFUERTE

97	COMEDOR DOÑA ZOILA	SANTA ANA
98	ROSCAS " DON JOSÉ YEPEZ"	MONTECRISTI
99	ROSCAS " JOSÉ PALMA"	MONTECRISTI
100	SABORES Y MAS	PORTOVIEJO
101	SANDUCHES FLORELVIA	PORTOVIEJO
102	SERVICIOS COMPUNET	MONTECRISTI
103	CONFECCIONES M Y M	MANTA
104	SUSAN JHONN	PORTOVIEJO
105	TALLER CEDEÑO	PORTOVIEJO
106	TALLER EL GORDO	SANTA ANA
107	TALLER QUIROZ	SANTA ANA
108	TALLER SIMÓN	SANTA ANA
109	PICANTERÍA DOÑA SOFÍA	MONTECRISTI
110	CYBER " NEW COMPU "	MONTECRISTI
111	CYBER "SAFARI"	PORTOVIEJO
112	TIENDA JOSSELIN	MONTECRISTI
113	PAPELERIA JOGA	MANTA
114	TIENDA ADRIANITA	SANTA ANA
115	TIENDA DON CHICHO	SANTA ANA

116	D' SAYSU	PORTOVIEJO
117	TIENDA LA LEY	SANTA ANA
118	TIENDA RENÁN DAVID	MONTECRISTI
119	TIENDA Y BAZAR EL TILLAL	SANTA ANA
120	TODO CELL	MONTECRISTI
121	VENTAS DE HORNOS "EMANUEL"	MONTECRISTI
122	VIVERO ISABEL	ROCAFUERTE, LAS JAGUAS
123	ZAPATERÍA " J.C"	MONTECRISTI
124	CALI PIZZA	MANTA
125	ZAPATOS , ZAPATILLAS Y ACCESORIOS " DON EDUARDO"	MONTECRISTI
126	PINTURAS EL MAESTRO	PORTOVIEJO
127	ACCESORIOS ARIEL	PORTOVIEJO
128	ALE1CELL	CENTRO COMERCIAL PORTOVIEJO
129	ALMACÉN DISTELAR	PICOAZÁ
130	ANDICELL	PEDRO GUAL PORTOVIEJO
131	ARENA BAR PIZZERÍA	BAHIA
132	ARTESANÍAS EN TAGUA DE LENIN COVEÑA	SOSOTE
133	ARTESANÍAS EN TAGUA KAREN	SOSOTE
134	ASADERO "TASITO"	ALAJUELA

135	ASADERO DOS IDOLOS	TOSAGUA
136	AVÍCOLA BRYAN	JIPIJAPA
137	BALANCEADOS GE IMPROSA	CALDERON
138	BALANCEADOS PRONACA	CALDERON
139	BAR BURGUES	SAN PLACIDO
140	BATIDOS BARRANCO	MANTA
141	BATIDOS TITI	SANTANA
142	BAZAR BIANCA	MANTA
143	CABAÑITA FARMITA	PORTOVIEJO
144	CALZADO SCARLETH	PORTOVIEJO, 9 DE OCTUBRE
145	CAMILY	SOSOTE
146	CANCHA "LA AMAZONAS"	PICOAZA
147	CANCHA "MAYSAID" STALYN PICO	VIA MANTA SECTOR RIO DE ORO
148	CARLANGA	PORTOVIEJO
149	CARPINTERIA PEPE	PORTOVIEJO
150	CARRETA EL VIEJO OESTE	BAHIA
151	CARRETA MR BIRGUER	PORTOVIEJO
152	CARRITO DEL SABOR	PORTOVIEJO

153	CENTRO NATURISTA DIVINO NIÑO	MANTA
154	CEPRO CAFÉ	MANCHA GRANDE
155	CEVICHERIA EL ESPECIAL	PICOAZÁ
156	CEVICHERIA EL PETISO	SANVICENTE
157	CEVICHERIA HERMANACHO	BAHIA
158	CHIFLES LICHITA	PORTOVIEJO
159	CIELO RAZOS CASTRO	PORTOVIEJO
160	COMEDOR ROSITA	PORTOVIEJO
161	COMERCIAL CALI	TOSAGUA
162	COMERCIAL CHICA	PICHINCHA
163	COMERCIAL DON VILA	PORTOVIEJO
164	COMERCIAL GYRMER	PORTOVIEJO
165	COMERCIAL JESUS	PORTOVIEJO
166	COMERCIAL JOHAN	PICOAZÁ
167	COMERCIAL KELVIN	PORTOVIEJO
168	COMERCIAL LUGO	SAN PLACIDO
169	COMERCIAL MALECON 2000	TOSAGUA
170	COMERCIAL MOREIRA TERAN	CALDERON

171	COMERCIAL NÚÑEZ	JIPIJAPA
172	COMERCIAL ZÚÑIGA	JIPIJAPA
173	COMERCIAL PALMARE	MONTECRISTI
174	COMERCIAL PARRAGA	PORTOVIEJO
175	COMERCIAL TAYO TAYO	SANVICENTE
176	COMERCIAL YARIS ZAMBRANO	MONTECRISTI
177	COMERCIAL YORDY	ALAJUELA
178	COMERCIO DE POLLOS ÁNGEL	CALDERÓN
179	CONFECCION MAESTRO PICO	PORTOVIEJO
180	CONFECCIONES DOLORES	PORTOVIEJO
181	CONSULTORIO SANTA LUCÍA	ALAJUELA
182	COPIAS DENNIS	PORTOVIEJO
183	CORP. CACAO FINO A.	SAN PLACIDO
184	CREACIONES ROSSY ROPA DE MASCOTAS	MONTECRISTI
185	CREACIOS Y ESTAMPADOS TE1TIL KARLA	CDLA. LOS TAMARINDOS 1ERA ETAPA
186	CUERITOS JOSESITO	PORTOVIEJO
187	CYBER MARTINEZ	PORTOVIEJO
188	D`VANESS	CENTRO COMERCIAL PORTOVIEJO

189	DEPOSITO DE MADERA ZAMBRANO	TOSAGUA
190	DETALIO	PORTOVIEJO
191	DISTRIBUIDOR DE CERVEZAS EL CHAMO	MONTECRISTI
192	DULCES KATITA	PORTOVIEJO
193	E1CLUSIVIDADES IS	CENTRO COMERCIAL PORTOVIEJO
194	EBANISTERÍA NOBOA	ALAJUELA
195	EL CARACOL	PORTOVIEJO
196	EL CINCUENTAZO	CALDERON
197	EL PESCADO AZUL	PORTOVIEJO
198	EL SARGENTO CHORIPAM	PORTOVIEJO
199	ELECTRONICA SEGUNDIN1	PORTOVIEJO
200	ENCEBOLLADOS EL COLORADO	PORTOVIEJO
201	ESC. DE FUTBOL TITO RUBEN MENDOZA	COL. ABAD GRIJALVA PORTOVIEJO
202	EVANISTERIA LENNIN	PORTOVIEJO
203	FABRICA DE BOLOS	CALDERON
204	FAENADORA KOKY	ROCAFUERTE
205	FARMACIA DANILO	MANTA
206	FARMACIA VIDA SANA	SANVICENTE

207	FERNANDO MEZA TORRES	PORTOVIEJO
208	FERRETERIA ALVARADO	OLMEDO
209	FERRETERIA ALVARADO	OLMEDO
210	FERRETERÍA JOEY	JIPIJAPA
211	FERRETERIA LA "J"	CALDERON
212	FERRETERÍA LA MERCED	JIPIJAPA
213	FERRETERÍA LINO	JIPIJAPA
214	FERRETERIA SAN PABLO	PORTOVIEJO
215	FERRETERÍA YUNG	JIPIJAPA
216	FERRETODO	MONTECRISTI
217	FERRETODO FERRETERÍA	MONTECRISTI
218	FLORISTERÍA CASTRO ZAMBRANO	MANTA
219	FLORISTERIA EL CLAVEL	CHARAPOTO
220	FOTO ESTUDIO JAVIER	TOSAGUA
221	GABINETE FRANCESKA	PICOAZÁ
222	GIMNASIO GUERREROS DEL HIERRO RICHARD CEDEÑO	PORTOVIEJO
223	GOLOSINAS	PORTOVIEJO
224	GUACAMAYOTOURS	BAHIA

225	HELADERIA MORA	CHONE
226	HILDA AGUIRRE	CDLA. LAS ORQUIDEAS PORTO.
227	HORNADOS DOÑA TERE	PORTOVIEJO
228	HOTEL AGUA BLANCA	JIPIJAPA
229	HOTEL EL MARINERO	SANVICENTE
230	HOTEL VILLA DE ORO	JIPIJAPA
231	IMPRESA MERA	PORTOVIEJO
232	IVAN CEDEÑO MOREIRA	PORTOVIEJO
233	JESSENIA ZAMBRANO	PORTOVIEJO
234	JONY POSLIGUA	PICOAZÁ
235	JOYERÍA COMPRA Y VENTA ALCY	JIPIJAPA
236	JR	PICOAZA
237	JUGO NATURAL LEO	PORTOVIEJO
238	LA ESQUINA DL MOVIMIENTO	SOSOTE
239	LA FUENTE	PORTOVIEJO
240	LIBRERÍA NACIONAL	TOSAGUA
241	LICOR ARTESANAL VERA	ALAJUELA
242	LONGANIZAS AK PASO	SANTANA

243	LUBRICADORA MEZA	PIMPIGUASI
244	LUBRICADORA MYM	PORTOVIEJO
245	LUBRICADORA PEPITO	TOSAGUA
246	LUPE TORTILLA	PORTOVIEJO
247	MAKANITO	PORTOVIEJO
248	MANDILES PICOAZA	PICOAZA
249	MARITZA MACIAS	PORTOVIEJO
250	MARLON MARDONI	PORTOVIEJO
251	MECANICA MOREJON	PORTOVIEJO
252	MILOCOMPU	TOSAGUA
253	MINI MARKET JORGE LUIS	CHONE
254	MORCILLAS "BRACERO"	MIGUELILLO
255	MOROCHOS YINES	PORTOVIEJO
256	MUEBLERÍA ARTESANAL	MONTECRISTI
257	MUEBLERIA ZAMBRANO	TOSAGUA
258	MULTISERVICIOS "JC"	CALDERON

Anexo #3

Constancia de validación de expertos

Anexo #4

Matriz de relación problema, objetivos, hipótesis, variables

Tema: DISEÑO DE UNA RED DE VINCULACIÓN ENTRE EMPRESARIOS, UNIVERSIDADES Y ORGANIZACIONES DEL ESTADO PARA EL FORTALECIMIENTO DEL DESARROLLO EMPRENDEDOR DE LA PROVINCIA DE MANABÍ.

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES
¿Fortalecerá al desarrollo emprendedor de la provincia de Manabí, el diseño de una red de vinculación entre empresarios, universidades y organizaciones del Estado?	GENERAL: Diseñar una red de vinculación entre empresarios, universidades y organizaciones del Estado para el fortalecimiento del desarrollo emprendedor en la provincia de Manabí.	GENERAL: El diseño de una red de vinculación entre empresarios, universidades y organizaciones del Estado contribuirá al fortalecimiento del desarrollo emprendedor en la provincia de Manabí.	Independiente: Red de vinculación entre empresarios, universidades y organizaciones del Estado Dependiente: Fortalecimiento del desarrollo emprendedor
	ESPECÍFICOS: Diagnosticar la relación actual existente entre empresarios, universidad, organizaciones del Estado, en áreas de emprendimiento.	ESPECÍFICAS: La relación empresarios-universidades-organizaciones del Estado impulsa el emprendimiento.	
	Fundamentar teóricamente el diseño de la red de vinculación entre empresarios, universidades y organizaciones del Estado.	Los fundamentos teóricos vislumbran la idoneidad del diseño de la red de vinculación para los emprendedores.	
	Establecer la incidencia de la estructura de la red de vinculación en el desarrollo de destrezas y habilidades emprendedoras.	Incide la estructura de la red de vinculación empresarios-universidades-organizaciones del Estado en el desarrollo de destrezas y habilidades emprendedoras.	

	Validar el diseño de red de vinculación empresarios-universidades-organizaciones del Estado, por autoridades, asesores y expertos en el tema.		
--	---	--	--